Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Санкт-Петербургский государственный университет

Лодеск Владислава Игоревна

**СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ БЛОКБАСТЕР: КОНФЛИКТ ЗРЕЛИЩНОСТИ И НАРРАТИВНОСТИ**

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки

50.03.01 «Искусства и гуманитарные науки»

Образовательная программа «Свободные искусства и науки»

Профиль «Кино и видео»

Научный руководитель: Савченкова Нина Михайловна,

доктор философских наук, доцент, профессор,

Кафедра междисциплинарных исследований и

практик в области искусств

Санкт–Петербург

2018

Оглавление

[Введение 1](#_Toc514200898)

[1. Блокбастер как переизобретение формы просмотра кино 4](#_Toc514200899)

[1.1. «Кино аттракционов» как феномен «чистой видимости» 6](#_Toc514200900)

[1.2. Блокбастеры как «кино аттракционов» 2.0 10](#_Toc514200901)

[1.3. Реабилитация культа в кинематографе 15](#_Toc514200902)

[2. Определение явления «блокбастер» 19](#_Toc514200903)

[2.1. Истоки феномена 20](#_Toc514200904)

[2.2. Блокбастер как форма кинопроизводства и его компоненты 23](#_Toc514200905)

[3. Современный российский блокбастер 34](#_Toc514200906)

[3.1. «Новый Голливуд» и российская киноиндустрия в 90-е: появление жанрового кино в России 35](#_Toc514200907)

[3.2. «Ночной Дозор» Тимура Бекмамбетова: первый российский блокбастер 40](#_Toc514200908)

[3.3. Начало государственного финансирования киноиндустрии и расцвет «народного кино» 46](#_Toc514200909)

[3.4. Российская индустрия на пути к глокализации 51](#_Toc514200910)

[Заключение 55](#_Toc514200911)

[Фильмография 57](#_Toc514200912)

[Список литературы 59](#_Toc514200913)

# Введение

В настоящее время в кругах теоретиков кино и критиков основной исследовательский интерес складывается из анализа авторских концепций и описания их киномиров, попыток объяснить кинематограф с уже существующих психоаналитических и феноменологических подходов или найти новый, более подходящий способ разговора о кино. Словом, научное сообщество делает большой акцент на попытках помыслить и описать кинематограф с философской и искусствоведческой точки зрения, часто пренебрегая обращением к популярному массовому кинематографу, на котором и строится индустрия кино.

С момента зарождения кинематографа его можно и нужно рассматривать с двух сторон – и как новый вид искусства, и как систему, заинтересованную в экономических успехах. Кино было представлено миру как новая форма развлечения, которая позже превратилась в одну из самых прибыльных индустрий в мире. В этом смысле, исследование кино-хитов, описание их формул и объяснение успеха среди зрителей представляется необходимым для формирования общей картины о состоянии киноиндустрии и возможности предсказывать новые тенденции. С 70-х годов, когда захватившие индустрию блокбастеры стали основной движущей силой, исследователи стали предпринимать попытки описать новый феномен. Несмотря на общепринятое заблуждение в том, что блокбастер настолько очевиден в своей структуре, что не требует пристального внимания, это явление до сих пор не описано до конца.

Если в американско-европейской традиции сформировалась основная группа теоретиков, исследующих блокбастеры и их место в киноиндустрии (Geoff King, Jill Nelmes, David Bordwell, Paul Grainge), то в российском научном сообществе изучением данного вопроса занимается только Наталья Самутина и Анжелика Артюх. Объяснить слабую заинтересованность блокбастерами в России можно тем, что это явление появилось в российской киноиндустрии относительно недавно. Однако в течение последних нескольких лет между продюсерами, режиссерами, сценаристами и другими специалистами ведется более оживленный диалог о проблемах и достижениях отечественного кинематографа, чем, например, в прошлом десятилетии. В рамках 2016 года – года Российского кино многие темы для дискуссий: причины непопулярности российских фильмов в рамках страны и за рубежом, вопросы качественного производства фильмов, финансирование, обсуждались и затем освещались в прессе чаще обычного. Такое стремление государства сделать прорыв в отечественной киноиндустрии принесло свои плоды в виде появления нового феномена «русский блокбастер», описание которого пока не было начато теоретиками.

Исследовательский вопрос данной квалификационной работы заключается в следующем: «Как происходило становление российского блокбастера и как этот феномен вписывается в общую концепцию мировых блокбастеров?». Объектом исследования являются российские фильмы, предназначенные для массового кинотеатрального просмотра и выпущенные в период с 1990-х по настоящее время. Предмет исследования – взаимоотношение между зрелищностью фильмов, созданной по голливудскому формату, и содержательными, повествовательными конструкциями, в которых отражается каждый из этапов становления российского блокбастера.

Целью данной выпускной квалификационной работы является описание специфики российского блокбастера и этапы его формирования в российской киноиндустрии. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Выявить роль блокбастеров в современном кинотеатральном прокате.
2. Описать этот феномен с историографической и жанровой перспективы. Выделить основные характеристики жанра.
3. Сравнить голливудскую концепцию блокбастера с российской. Выявить основные тенденции развития такой формы кино в российской индустрии.

На основе данного исследования проверяется следующая интуиция: российская индустрия идет по пути заимствования голливудской стратегии производства и распространения блокбастеров, локализируя сюжеты и повествовательные конструкции.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех глав. В первой главе формулируется определение блокбастера как современного эпоса, в котором взаимодействуют две силы – зрелище и нарратив; описывается концепт «кино аттракционов» 2.0 как нового способа вернуть кинотеатральному просмотру актуальность, а кинематографу – уникальность. Вторая глава посвящена описанию блокбастера как жанра и формы кинопроизводства; на основе существующих теоретических работ выводится рабочее определение феномена. В третьей главе анализируется состояние российского массового кинематографа и пути взаимодействия российской киноиндустрии с глобальными процессами в сфере кино. В ней производится попытка описать основные российские кинокартины, которым удалось или не удалось соответствовать жанровым и экономическим характеристикам блокбастера.

# Блокбастер как переизобретение формы просмотра кино

Начиная разговор о современном блокбастере, стоит обозначить два конституирующих начала этого феномена – зрелище (spectacle) и нарратив (narration). Их способы взаимодействия в фильмах такого рода – один из самых обсуждаемых исследователями вопросах. Как показывает практика, часто высказываются суждения об исчезновении нарратива, как такового, в фильмах, наполненных спецэффектами и впечатляющими визуальными панорамами. На самом деле, эти суждения оказываются заблуждениями. В современном блокбастере оба начала имеют фундаментальное значение для будущего успеха фильма как с точки зрения кассовых сборов, так и – в художественном плане. Однако если качественно использованные технологии и ошеломляющая фееричность кинокартины сразу бросаются в глаза и отмечаются публикой, нарратив не оказывается настолько осязаемым при первом рассмотрении и, наоборот, выпадает в случае неуспеха. И все же заметность не характеризует значимость и ценность той или иной составляющей блокбастера.

Аналогией, разъясняющей технологию взаимодействия двух начал, может послужить древнегреческий эпос. Повествование о великой троянской битве и героических боях Ахиллеса – это тот самый кинематографический сюжет, который является нарративной упаковкой. А экфрасистические элементы эпоса, например, описание Ахиллова щита, - это та самая зрелищная сила, которая останавливает повествование, акцентируя само событие видения. Таким образом, блокбастер сегодня можно назвать современным эпосом, который посредством явленной зрителю зрелищности возрождает кинотеатральную форму просмотра, необходимость увидеть фильм в кинозале.

С одной стороны, переизобретение этой формы происходит с помощью дигитальных технологий, которые постепенно «облепляют» зрительские органы чувств. Спецэффекты и кинематографические трюки осуществляют тотальный захват зрительского внимания и восприятия. Кино являет себя и свои средства публике, тем самым возвращая себе «кинематографическую магию», с которой кинематограф начинался. С другой стороны, блокбастеры превращают просмотр в нечто большее, в социальное явление, которое становится культовым событием. О предстоящем прокате фильма-блокбастера мы узнаем заранее. И эта информация оказывается не просто оповещающей зрителя, но и конституирующей культ фильма. Складывая разного рода факты о будущем фильме (тизеры, трейлеры, постеры, новостные заметки, интервью с актерами и создателями, критика и мнения от тех, кто уже посмотрел фильм) в общую картину, зритель приходит к выводу о том, что он уже знает про этот фильм все. Ему остается лишь сравнить кино, сложившееся в его голове, с реальной кинокартиной и позволить своему восприятию погрузиться в аттракционность блокбастера.

## «Кино аттракционов» как феномен «чистой видимости»

В 1982 году Том Ганнинг опубликовал статью «Кино аттракционов: ранние фильмы, их зритель и авангард» в журнале «Wide Angle», которая изменила отношение и место кинокартин ранней эпохи в истории кино. Если до 80-х фильмы 1900-х-1910-х годов вписывали в общую традицию нарративного кинематографа и считали лишь еще одной архивной (и не самой интересной) вехой, то в 80-е у раннего кино появилась новая значимость. Том Ганнинг предложил теорию, в соответствии с которой фантастические феерии Мельеса или документальные зарисовки Люмьеров работали по совершенно иной схеме воздействия на зрителя – прямого воздействия. «В противоположность вуайеристскому аспекту нарративного кино, проанализированному Кристианом Метцем, это – эксгибиционистское кино. Это кино, которое демонстрирует свою видимость».[[1]](#footnote-1) Кинематографические трюки с монтажом, резкие крупные планы, взаимоотношения актера с камерой и акцент на ее присутствии – все эти приемы характерны для «кино аттракционов», сущностью которого является стремление удержать публику посредством шока и удивления, уникальностью этого визуального опыта. Первое десятилетие существования кинематографа – это время простейших и незамысловатых нарративов, используемых лишь как каркас для нанизывания всевозможных визуальных эффектов и «демонстрации магических возможностей кино».[[2]](#footnote-2)

Вот в чем заключалась та самая загадочная магия кино, которая делала опыт кинематографического сеанса неповторимым и особенным. Во внимании к зрителю и движении, направленном вовне – к этому зрителю, а не в концентрации на сюжете и персонажах, существующих внутри кинематографического полотна. «Кино аттракционов», описанное Томом Ганнингом, не могло существовать без зрителей, без возможности быть показанным и увиденным.

Появление этой теории позволило обозначить новый подход к разговору о кинематографе, а именно выделить два конституирующих начала в кино – зрелищность и нарратив. Большую часть прошлого века эти две силы в некотором смысле противоборствовали друг с другом, периодически уступая или занимая главенствующие позиции в фильме.

В раннем кинематографе, который и принято называть «кино аттракционов», формообразующим началом была как раз зрелищность, «чистая видимость». Кино обнаруживало собственные средства и выставляло их напоказ зрителю. Люмьеры стали первыми, кто продемонстрировал технические способности своего синематографа копировать жизнь и воспроизводить ее на огромном экране. Но это техническое чудо довольно быстро пресытило публике. Демонстрация «одушевленных фотографий и отношение к кино как к орудию, воспроизводящему жизнь»[[3]](#footnote-3) больше не казалось достаточно шокирующим аппаратом для сохранения зрительского интереса.

Возрождением этого интереса кинематограф обязан Жоржу Мельесу, который открыл новый путь кинематографического «эксгибиционизма» – путь театрализованного зрелища. Комбинируя театральные приемы – декорации, грим, мизансцены, с техническими экспериментами – трюк с заменой и превращением, трюк ускоренной съемки, двойная экспозиция, фокуснику удавалось создавать так называемые фантастические феерии, которые развлекали и шокировали публику не хуже, чем традиционные шоу магов. Он делал акцент на визуальных иллюзиях и их очаровывающих эффектах. Зритель понимал, что его взгляд обманывают посредством, например, монтажных техник. Но этот акцентированный, незамаскированный обман и оказывался главным инструментом, притягивающим зрителя к ярмарочным показам.

Эпоха этого типа кинематографа – это эпоха кино-кочевника. Магические кинопостановки, предназначенные для развлечения масс, были практически неотъемлемым атрибутом ярмарочных балаганов. Здесь, вперемешку с диковинными чудищами, фокусами и театральными представлениями крутили, например, мельесовские шедевры, предлагая публике еще один тип удовольствия – визуальный. Эффект этих кинематографических фокусов был схож с расположившимися рядом иными формами необычных «экспонатов». Публике представлялась самая странная, аномальная часть «экспоната» будь то рост человека (великан/лилипут) или технический трюк исчезновения на экране.

Нарратив как конституирующее начало стал развиваться с 1905 - 1908 годов, в период бума первых постоянных кинотеатров, привлекающих в свои залы по большей части иммигрантскую публику. Не имея ни средств, ни знания английского языка для посещения театров, иммигранты за сущие гроши (никели) выбирали для досуга «никелодеоны». За очень короткий период времени «никелевая лихорадка» принесла Америке около десяти тысяч кинотеатров, в которых крутили фильмы, построенные на нарративных структурах.

Основной причиной стремительной смены одного типа кинематографа другим называют рождение современности (modernity) в начале 20-го века. Здесь кино «фигурирует как часть насильственной реконструкции человеческого восприятия и взаимодействия, произведенного индустриальными капиталистическими способами производства и обмена с помощью таких технологий модерна, как поезда, фотография, электрическое освещение, телеграф и телефон, и с помощью масштабного строительства улиц мегаполисов, населенных анонимными толпами, проститутками и не такими уж анонимными фланерами».[[4]](#footnote-4) То есть кино становится одним из способов рефлексии, отрицания или договора с современностью; инструментом формирования массового сознания и их главным объектом потребления. «Начиная с 10-х годов кинематограф демократично предоставляет любому, купившему недорогой билет (рабочему, иммигранту, банкиру, женщине, ребенку), базовый набор универсалистских ценностей в содержательно завершенной, психологически сбалансированной и не требующей дополнительных усилий или знаний нарративной упаковке».[[5]](#footnote-5)

Доминантная позиция нарративного кино прослеживается вплоть до конца 60-х годов, еще одного кризиса в Голливуде. В годы Великой Депрессии публика приходила смотреть на устроенные жизни героев, развивающиеся в соответствии с понятной зрителю нарративной логикой, на отсутствие хаоса и неопределенности в тщательно выстроенном повествовании. Массы искали в кино то, чего им не хватало в жизни – жизнеутверждающих и положительных эмоций. Поэтому, например, вместе с появлением технологии звука музыкальные комедии (мюзиклы) стали одним из самых прибыльных жанров. Вместе с тем, помимо воодушевляющих историй зритель требовал рефлексии на социальные вопросы и достоверных психологических портретов современности. Так, в 30-е стремительно развивался жанр гангстерского кино, где фильмы часто основывались на реальных событиях; в 40-е появился нуар, адаптирующий модели литературных детективов; в 50-е – еще дюжина жанров от легких секс-комедий до второсортных ужасов, в которых главенствующую роль все также играло содержание, хоть и замаскированное метафорами.

Зритель в каждое из этих десятилетий уже не рассматривал кинематограф только как новый вид развлечения. Кино стало своего рода новой религией, от которой требовали оформленных высказываний, характерных для того или иного жанра. В этом заключался немой контракт между киноиндустрией и ее публикой.

Но если присмотреться повнимательнее к любому из жанров, родившихся в эти несколько десятилетий, то можно убедиться в следующем. С господствующим положением нарративного кинематографа «кино аттракционов» не осталось лишь одной из вех истории. Конечно, в первую очередь, зритель приходил в кинотеатр за занятным сюжетом и узнаваемыми персонажами, но он все же ждал и восторгался особой зрелищностью того или иного жанра. В мюзиклах одной из главных развлекательных составляющих были шоустопперы – роскошные, зачастую дорогие вставочные танцевальные и вокальные номера. В них можно было на славу поупражняться и в монтажных экспериментах, и мизансценах, и операторских изысках. В слэпстиках эту же роль играли практически все гэги, на которых и строился комический эффект фильма. В вестернах или гангстерских фильмах, в которых социальная критика и одинокие романтики-герои, сражающиеся за справедливость, были основополагающими элементами, визуальным трюкам тоже находилось место – в долгих и волнительных сценах перестрелок или погонь. Так, «кино аттракционов», уступив позиции нарративу, продолжало существовать внутри повествовательных конструкций, захватывая внимание зрителя, и поддерживать презентационную модель кинематографа.

## Блокбастеры как «кино аттракционов» 2.0

Возвращение «кино аттракционов» на первый план приходится на 70-е годы – период появления первых блокбастеров, с использованием незнакомых до этого публике компьютерных спецэффектов. Реинкарнация мельесовских трюков в космических полетах кораблей «Звездных воинов», в безжалостных акульих нападениях на жителей в «Челюстях» заключается скорее в обращении к той же системе прямого воздействия на зрительские эмоции, нежели в техническом совершенствовании приемов, освоенных в раннем кино. Спецэффекты, составляющие каркас блокбастеров, атакуют зрителя, заставляя его детально видеть то, что в реальности глаз уловить не может, слышать так, как в реальности – не получится. Спецэффекты рождают эффект присутствия, втягивания в фильм. Столь близкая возможность переживания эмоции оказывается главным инструментом, завлекающим публику в кинотеатр. Но как именно действует эта новая дополненная версия «кино аттракционов» 2.0?

После того, как в 50-е появилось и распространилось новое, более доступное медиа – телевидение, кинематограф и Голливуд в частности снова переживали серьезный кризис. Зрители получали примерно то же количество удовольствия от маленького экранчика, расположенного перед удобным домашним диваном, что препятствовало желанию прикладывать какие-либо усилия для похода в кинотеатр. Культ и формирование универсальных ценностей, построенные классической нарративной системой, больше не являлись прерогативой только этого медиа. Поэтому с 70-х кино пришлось искать новую форму воздействия на зрителей. Возвращение к старой модели кино «чистой видимости» представлялось одним из решений.

Однако, в отличие от «кино аттракционов» ранней эпохи, которое выстраивало свой способ взаимодействия со зрителем с нуля, вновь возродившемуся зрелищному кинематографу невозможно было игнорировать традицию нарратива, которая формировалась и закреплялась в сознании публики в течение длительного периода. Поэтому версия «кино аттракционов» 2.0, оставляя движущей силой зрелищность фильма, обволакивает собственные трюки нарративом, таким образом, маскируя их. Кинотрюки или спецэффекты как экфрастические элементы останавливают развитие истории, обращая внимание зрителя на собственные скорость, красоту, реалистичность действия, соответствуя установкам кинематографа «чистой видимости».

Эти остановки возвращают кинематографическому опыту уникальность, которая в разы превосходит идею потенциальной доступности фильма, например, по телевизору и логики «кино никуда не денется, как-нибудь потом посмотрю». Кинопоказ становится событием, предлагающим зрителю новый способ путешествия по кинематографическим мирам с максимальным погружением в них. Имя этим событиям – блокбастеры. Тип кинематографа, который «вновь обращает зрителя к визуальным условиям кинематографа и тем самым выносит принципы восприятия на авансцену сознания»[[6]](#footnote-6). С их появлением кино вновь обращается непосредственно к зрителю. Зритель становится мишенью, объектом воздействия кинематографической магии.

Конечно, способы влияния на зрительское восприятие, игра со зрительскими эмоциями - удивлением, шоком, страхом, менялись с осваиванием технологий. Каждая из которых по-новому, буквально, «облепляла» тот или иной орган чувства публики.

Широкоформатный прокат был придуман и введен в индустрию еще в 50-е, когда крупномасштабные роскошные картины были отчаянной, но неудачной попыткой Голливуда вернуть медийное главенство себе. Но переоборудование кинотеатров требовало времени и больших затрат, поэтому еще в течение двадцати лет огромные экраны медленно приживались в отдельных местах. В 1970-е вместе с взорвавшими все кассы новоиспеченными фантастическими и приключенческими проектами молодых режиссеров (в основном, Стивена Спилберга и Джорджа Лукаса) произошел моментальный бум и в развитии кинотехнологий. Теперь для проката эпических зрелищных картин уже точно требовались новые экранные форматы. Так, масштабные выдуманные истории, наполненные спецэффектами и компьютерной графикой, прокатываясь на гигантских экранах, захватили зрительский глаз.

История звукового сопровождения движущийся картинки тоже не переставало развиваться и меняться с того момента, как появление звукового кино совершило переворот в повествовательном и зрелищном аспектах кинематографа. Звук изначально стал еще одним средством, подкрепляющим систему, при которой кинематограф был нарративным. Вводить рассказчика, воспроизводить жизнеподобные диалоги, последовательно вербально излагать события – и все это параллельно с визуальным рядом на экране, в разы облегчало производителям задачу выстраивать стройное и воспринимаемое повествование. Однако с возвращением к «кино аттракционов» звуковое воздействие стало еще одним видом кинематографического экфрасиса.

Одно из последних новшеств звуковых технологий Dolby-surround system отлично демонстрирует метод, с помощью которого блокбастеры играют со зрительскими ощущениями. Несмотря на то, что с самого своего появления кинематограф, в первую очередь, ассоциируется с картинкой, визуальным контактом с человеком, звук становится чуть ли не более воздействующим на перцептивные способности зрителя. В отличие от глаза, который можно закрыть, а, значит, отгородить себя от любого визуального воздействия, ухо обладает постоянной открытостью. Эта физическая открытость и предоставляет возможность шокировать, пугать, заставать нас врасплох. Поэтому для новой версии «кино аттракционов» (то есть блокбастеров) большое значение приобретает новая система взаимодействия: «по цепочке ухо-тело-образ, а прежняя, визуальная, - глаз – (видящее тело) – образ – оказывается вспомогательной: вижу, потому что слышу (и не просто слышу, а насильственно ввергаюсь звуком-волной в видимое). Видимое не может себя проявить, если оно не производится заранее и с должной кинетической мощью в звуковой волне, проходящей сквозь кинозал».[[7]](#footnote-7) Звук предшествует картинке, подготавливает и незаметно захватывает ощущения зрителя еще до того, как что-то происходит на экране. Естественно, когда речь идет об опережении, имеются в виду доли секунд. Но для блокбастеров нового поколения и их зрителей время изменяет собственную длительность: для аккомодации сообщенного нам переживания кинематографическое время замедляется или, наоборот, ускоряется.

С новыми задачами, поставленными перед звуковыми спецэффектами (которые теперь стоит выделять как еще один, отдельный вид кинематографических спецэффектов), имеет смысл говорить о захвате фильмом не только экранного, но и предэкранного пространства.

Все знакомы с легендой о показе Люмьерами фильма «Прибытие поезда». Занимая лишь плоскость, пусть и большого, но экранного полотна, движущемуся поезду удалось убедить зрителей в собственном сходе с этой плоскости, во вторжении в пространство зрительного зала. Интенция, которая настолько шокировала публику, теперь оказывается полноценным полем действия. За более чем сто лет, избалованный зритель успел привыкнуть к прямому воздействию, поступающему с экрана. Пусть оно и порождало иллюзии того рода, что заставило некоторых зрителей вскакивать с места и убегать с «Прибытия поезда». Блокбастеры усиливают эти иллюзии, создавая новую модель - кинематограф сильного воздействия. Он уже не просто рождает впечатление вторжения, он действительно вторгается в зрительный зал. Он переносит основное действие в предэкранное пространство. И не только звуком. 3D эффекты, столько активно (практически маниакально) используемые в создании каждого третьего современного фильма, работают на эту же задачу – разворачивание событий фильма в самом зрительном зале. Намеченная перспективой съемки поезда идея вывести фильм из плоскости экрана пытается быть реализована более изысканными техническими средствами.

Эта идея заключается в стремлении уничтожить «дистанционность восприятия (которая, кстати, гарантировала нам безопасность, то есть позволяла наделять смыслом, придавать или не придавать значение тому, что мы видим, да и, наконец, просто не принимать слишком грубые средства воздействия на зрителя)».[[8]](#footnote-8) Теперь же зритель оказывается в тотальных тисках, облепленный со всех сторон технологическими средствами, каждое из которых бьет его по его восприятию и предоставляет ту самую дозу удовольствия и развлечения, за которой зритель пришел в кинотеатр. Этим мы и оцениваем качество любого блокбастера: его «фильмическая ценность определяется силой массового шока (воздействия), и ради достижения этой цели и идет захват предэкранного пространства (зрительного зала)».[[9]](#footnote-9)

Сегодня блокбастер как обновленная версия «кино аттракционов» не может больше оставлять в приоритете одну из формообразующих сил. Будучи современным эпосом, он скрещивает в себе повествовательное начало со зрелищностью спецэффектов, удовлетворяет зрительскую потребность в захватывающих актуальных историях и уникальных аудиовизуальных ощущениях. Публика приходит в кинотеатры посмотреть на гибридный медиум, в котором даже знакомые истории оказываются по-новому пережитым опытом, потому что только там оказывается возможным получить ответы на такие вопросы. Как же они сняли магические заклинания в «Гарри Поттере»? Как происходило крушение «Титаника»? Каково это – летать по межгалактическим пространствам? Но блокбастеры не просто отвечают на эти вопросы, они дают зрителю возможность услышать, увидеть и пережить историю. Так, зрелище удваивает силу нарратива, а нарратив, маскируя спецэффекты, усиливает их воздействие на зрительское восприятие.

## Реабилитация культа в кинематографе

## 

Нам осталось обратиться к фундаментальной для искусства кино работе Вальтера Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технического воспроизводства» для того, чтобы окончательно описать способ реабилитации кинотеатральных показов блокбастерами. Его тезис об экспозиционной функции кинематографа становится отправной точкой в рассуждениях о кино «чистой видимости». В чем заключается экспозиционность кино?

В акцентировании тех деталей и вещей действительности, которые для нас оказываются привычными и потому незаметными. В раздвижении пространства посредством крупных планов, времени – из-за ускоренной или замедленной съемки. В знакомстве с иной природой, открывающейся камере по сравнению с нашим глазом. И, наконец, в необходимости кинематографа быть увиденным, и увиденным массами. Он не может оправдывать свое существование, например, только тем, что наличествует. Но об этом всем речь шла и в предыдущих двух частях главы – в описаниях «кино аттракционов» и его «эксгибиционных» качествах.

Экспозиционная функция априори подразумевает широкое распространение произведения искусства, а значит и развлекательный характер произведения. Если традиционное искусство направлено на одного человека, «персону (требуя частной реакции на произведение), то развлечение направлено на как можно большое количество людей».[[10]](#footnote-10) Это и делает кинематограф заложником собственного стремления к популярности, к расширению числа зрителей и превращает его в развлекательное, расслабляющее искусство, которое «незаметно проверяет, какова способность решения новых задач восприятия».[[11]](#footnote-11) Тестирование зрительского восприятия становится тем, за чем гонится кинематограф и чего достигает посредством оборудования и переоборудования кинозалов новыми технологиями, описанными в этой главе раннее.

Все кризисы, с которыми сталкивался кинематограф за время своего существования, связаны с потерей зрителей, посещающих кинотеатры. То предлагаемые фильмы казались им слишком скучными, то появлялись конкурентоспособные альтернативы. И каждый раз выходить из этих затруднительных положений производителям удавалось посредством возвращения ценности просмотра фильма именно в определенно сконструированной ситуации. Кинематограф не терял свое массовое распространение – те же фильмы крутили и по телевизору, те же фильмы можно найти и в Интернете. Но, как бы парадоксально это ни звучало, он терял уникальность предоставляемого зрителям опыта, от которого и получал большинство своих доходов. С появлением новых медиа зрительская масса, являющаяся целевой аудиторией кино, виртуализировалась: из коллективного просмотра фильма в кинозале перенеслась, например, в онлайн-чаты. Все же, возвращение зрителей в залы с помощью экспозиционности оказалось не достаточно действенным методом для возрождения кинематографа и культуры кинотеатрального просмотра.

Поэтому кинематографу в этом положении остается делать упор на том, что всегда оказывалось достаточно эффективным: создавать визуальное событие и приглашать зрителя в уникальное путешествие, доступное лишь в кинотеатре. И вот, спустя почти столетие после того, как Вальтер Беньямин указал на исчезновение культовой функции искусства, блокбастеры, направленные на обширные массы людей, возвращаются и к идеи уникальности ауры, и к идеи культа. Выйдя за пределы экранного пространства, фильмы такого типа воздействуют не только на восприятие зрителя «здесь и сейчас» на показе, но и пробуждают эмоциональную привязанность, создают культ. Каждый из дорогостоящих блокбастеров, начиная с первопроходца «Челюсти», подразумевает обширную рекламную кампанию и формирование бренда. Вселенная «Звездных войн» выходит далеко за рамки фильмов этой серии – люди покупают продукцию с эмблемами картины, устраивают вечеринки и другие события в честь этой истории, копируют стиль одежды и поведения героев. Выход каждого нового эпизода становится событием, которое можно коллективно прожить вместе с другими фанатами франшизы и важно посмотреть в кинотеатре в первый день проката.

Другой пример, действующий абсолютно по той же схеме, - это фильмы, снятые по комиксам Marvel. Возможно, здесь имеет смысл говорить не столько об отдельных франшизах или экранизации комиксов, а в целом о существовании трансмедийной «вселенной» комиксов. Ее развитие началось с огромного успеха трилогии Сэма Рэйми о Человеке-пауке в 2002 году. Сейчас эта трансмедийная ветка индустрии включает в себя не только отдельные франшизы о разных супергероях, но и кроссоверы (где разные супергерои собираются вместе, например, «Мстители»), специальные сериальные выпуски на стриминговых платформах, целые крупномасштабные фестивали с переодеванием и копированием любимых героев.

Такого рода культ – это не то же самое, о чем говорил Беньямин: «деятельность художника начинается с произведений, состоящих на службе культа. Для этих произведений, как можно предположить, важнее, чтобы они имелись в наличии, чем то, чтобы их видели».[[12]](#footnote-12) Культ вокруг блокбастера подразумевает под собой доступность и открытость массам. Благодаря этим массам он и рождается – ценность определяется не качеством, а количеством фанатов, сформированным отчасти посредством определенных бизнес формул. Поэтому, возможно, что в киноиндустрии возвращение культовой функции происходит не естественным циклично историческим путем, а намеренным и расчетливым стремлением индустрии получать прибыль и сохранять поток зрителей в кинотеатры. Так, возвращение к ритуальным действиям (например, купить попкорн перед показом, посмотреть фильм именно в кино именно в премьерный день), наличие большого количества информации о фильме (который дает впечатление о том, что в голове, воображаемо, этот фильм мы уже посмотрели) восстанавливает кинематографическую ауру, уникальность и неповторимость кинособытия. Отказавшись от первоначальной экспозиционной функции простой демонстрации кинокартин, индустрия вновь повернулась к культовой функции искусства, создавая много рекламного шума и ажиотажа каждого последующего крупного проекта. Но эта функция оказывается искусственно апроприирована киноиндустрией ради собственных экономических интересов, чтобы залы были заполненными, а блокбастеры вместе с кинематографом в целом имели возможность продолжать свою эволюцию.

# Определение явления «блокбастер»

На первый взгляд понятие «блокбастер» кажется нам понятным и определенным, поскольку он составляет ядро популярного кинематографа и интегрирован в лексикон практически каждого, кто каким-либо образом соприкасается с популярной культурой. Но интегрированный в нашу культуру термин «блокбастер», которым свободно владеют и зрители, и индустрия, и теоретики, имеет настолько обширное поле использования и набор присущих ему характеристик, что рамки определения оказываются размыты. Уверенно говорить о блокбастере можно лишь как о «движущейся мишени - его значение не может быть постоянным и ясным, оно меняется в соответствии с тем, кто говорит и что говорят».[[13]](#footnote-13)

Индустрия рассматривает этот феномен как сформировавшуюся систему, которая собирает кассы и удовлетворяет целевую аудиторию. Зритель рассматривает такое кино как развлекательное попкорн-шоу с незамысловатыми сюжетами и яркой картинкой. Теоретики зачастую не видят в блокбастерах особой культурологической и кинематографической ценности, отмечая в них лишь виртуозность использования технологических новшеств и масштабы проектов. Но если углубиться в анализ этого явления, можно прийти к выводу о том, что блокбастер – это комплексный феномен, раскрывающий все новые собственные параметры в зависимости от выбранного дискурса и контекста, и развертывание этих параметров не может быть ограничено.

И все же блокбастер имеет, по крайней мере, одну переменную, с помощью которой можно охарактеризовать феномен – размер или масштаб («size»[[14]](#footnote-14)). В то же время, этот фактор оказывается настолько широк, что не исключает своего наличия в других жанрах и формах кино. Блокбастер масштабен в каждом своем аспекте. Публика всегда осведомлен о выходе такого фильма. Такой фильм является самым дорогим, ресурсно затратным продуктом для студий. Этот фильм до предела обостряет восприимчивость зрителя. Блокбастер выделяет себя сам, афишируя свои преимущества и создавая вокруг себя ажиотаж. Но о каких же его параметрах все-таки можно говорить? Попытаемся разобраться в тех из них, которые кажутся нам наиболее характерными, и дать рабочее определение феномену.

## Истоки феномена

Современный блокбастер, который в нашем сознании предстает полной противоположностью независимому кинематографу, на самом деле берет свое начало из авторских независимых инициатив. Эта форма кино, на которой и держится кинематографическая индустрия, была создана не отчаявшимися продюсерами и инвесторами. Она была рождена молодыми амбициозными режиссерами, вчерашними студентами американских киношкол, любителями и ценителями европейских фильмов, фильмов эпохи Новой Волны и классического Голливуда.

В те самые бурные 60-е годы и воспитывалось поколение новых авторов, благодаря которым начнется период Нового Голливуда, время возрождения синефилии, одержимостью кинематографом и веры в него. Фрэнсис Форд Коппола, Мартин Скорсезе, Джордж Лукас, Стивен Спилберг, Артур Пенн, Роман Полански – вот лишь несколько имен тех режиссеров, которые благодаря своей любви к экспериментам над формой и готовности браться за спорные темы смогли толкнуть кинематограф на новый виток своего развития. Многие из этих авторов, начиная как независимые режиссеры, в итоге стали настолько популярными среди зрителей, что их принято называть мэйнстримом. Каждый из этих авторов развивал собственные творческие идеи: кого-то интересовал реализм и насилие, кого-то - ревизия жанров, кого-то – расширение технических возможностей и упрощение системы производства фильма. Но всех авторов объединяло две вещи: желание и возможность снимать такое кино, которое бы находило резонанс в сердцах зрителей, и стремление доказать собственную состоятельность и умение справиться с любыми трудностями, даже со слишком маленьким или слишком большим бюджетом. В таких условиях и зарождалась то, что в будущем будут называть самой развлекательной формой кино, то, что было захвачено студийной индустрией.

Стивен Спилберг и Джордж Лукас принадлежали к той части авторов Нового Голливуда, для которых те фильмы, что позже перевернут мир Голливуда, были попыткой реабилитироваться в кинематографе, доказать всем, что они что-то значат. Их творческий интерес и стремление утвердиться привели режиссеров к пристальному вниманию к интересам зрителя и его запросам.

Спилберг попал в компанию авторов Нового Голливуда не стандартным путем. Будучи человеком с телевидения, без должного образования и интеллектуального бэкграунда, он шел к созданию художественно ценной кинокартины, работая со зрительскими эмоциями. Еще в своем дебюте «Дуэль» (1971) посредством простого сюжета и монтажных, звуковых эффектов он сумел сформировать способы манипуляции зрительским настроением. На протяжении всего фильма мы наблюдаем за автомобильной схваткой грузовика и легковой машины, где грузовик представляется обезличенным и неизвестным злом, а водитель легковушки – случайной жертвой, где практически отсутствуют диалоги, но присутствует жонглирование жанрами, тщательно проработанный звуковой монтаж и традиционная трехчастная система развития фабулы. Однако, именно «Челюсти» (1975), работа над которыми была так изнурительна (несколько раз почти была прекращена и превысила свой бюджет в несколько раз), закрепили за Спилбергом звание «мастера забав и зрелищ».[[15]](#footnote-15)

Джордж Лукас тоже не соответствовал типичному образу режиссера Нового Голливуда. Его всегда интересовала научная фантастика и способы ее визуализировать. Но, как и все авторы того времени, Джордж Лукас имел неугасимое желание оставить отпечаток в истории кинематографа и создать настоящий шедевр. Пусть его первая работа – фантастическая антиутопия «THX 1138» (1971) не имела никакого успеха, но она заставила Лукаса пересмотреть свои взгляды на основные настроения, которые стоит закладывать в фильм. В эпоху 70-х, когда зрителю в кинотеатре предлагали лишь разные варианты и уровни насилия, «правду жизни», публике не хватало положительных и жизнеутверждающих настроений в кино. Осознав это, Лукас сначала в своем первом хите «Американские граффити» (1973), а потом и в «Звездных войнах» (1977) расставил акценты на простых и приятных ценностях, на том, чтобы зритель получал настоящее удовольствие от просмотра. Более того, сфокусировав свое внимание на публике, Лукас сумел увидеть незанятую никем нишу – подростковую аудиторию, на которую и ориентировался во время работы над «Звездными войнами», возродив один из самых прибыльных жанров кино – семейный кинематограф.

Так, в эпоху Новой голливудской волны, когда независимые режиссеры концентрировались на своем авторском взгляде и идее, стремились с каждым новым фильмом устанавливать новую художественную планку в кинематографе, Спилберг и Лукас отказались от интеллектуальных высокохудожественных высказываний и обратились к своему потенциальному зрителю с идеями простыми, но более действенными. «Они [Спилберг и Лукас] сначала низвели зрителя до уровня ребенка, а затем подавили его органы чувств мощным звуком и зрелищем, чтобы не осталось места ни иронии, ни критическому взгляду на эстетическую состоятельность фильма».[[16]](#footnote-16) И это сработало. Зритель стал удивляться и радоваться тому, как активно кино вызывает у него эмоции и какое количество удовольствия он получает просмотра. Публику, уставшую от сложных идеологических концептов и нарративных конструкций, тянуло на жанровое кино, в котором объединялись на экране «потрясающие по силе воздействия спецэффекты, введенные в оборот еще Кубриком, с простотой сериалов 30-х годов».[[17]](#footnote-17)

## Блокбастер как форма кинопроизводства и его компоненты

Спустя почти 50 лет формула блокбастера, интуитивно найденная в фильмах Лукасом и Спилбергом, все еще находится в постоянной трансформации и избегает конкретного определения. Исследователи и теоретики, по большей части американские, пытаются описать феномен, выделяют и акцентируют различные составляющие жанра, но единой концепции не существует. Сотрудники студий и киноиндустрии в целом используют термин в профессиональном контексте, обращаясь чаще к экономической функции. Маркетинг и реклама использует «блокбастер» как маячок для зрителя, с помощью которого можно разместить фильмы, окрещенные «блокбастерами», в одном определенном сегменте. Осознавая отсутствие конкретной формулы, мы все же выделили несколько часто акцентируемых элементов из тех, что в большей части присущи фильмам такого рода.

В первую очередь, стоит сказать, что блокбастер можно оценивать двумя способами - с точки зрения экономических показателей и как кинематографический жанр (или кинематографическая форма). Чтобы назвать фильм блокбастером с экономической стороны, нужно выделить в нем следующие компоненты:

* Сверхбюджеты, затраченные на производство картины. Голливудcкие студии тратят в среднем более 100 миллионов долларов на производство одной картины
* Маркетинговая кампания – формирование бренда фильма и техника «предпродажи» (когда зрители уже знают о фильме до его выхода и с нетерпением ждут в прокате)
* Окупаемость и сверхприбыль бокс-офиса (кассовых сборов)

Очевидно, что в этом смысле художественные стремления, начатые Лукасом и Спилбергом, трансформировались в машину по развитию бизнеса и теперь вынуждены сталкиваться с экономическими запросами. Индустрия стремится поглотить эту форму кино для налаживания бесперебойного производства продукта. Конфликт двух тенденций определяет такое явление как блокбастер: зрительский запрос и экономическая выгода. Несмотря на то, что принадлежность жанру определяется экономическими критериями, внутренняя, чисто кинематографическая структура фильма также начинает влиять на его жанровое определение. Ведь это зритель собирает кассу тому или иному фильму. Зритель оценивает качество и способность фильма воздействовать на него. Зритель решает, какова фильмическая ценность того или иного проекта. Зрители формируют эстетическую составляющую блокбастера, оценивая, насколько оправданными оказались их ожидания.

Поскольку эти фильмы представляются публике как фильмы-события, выходящие в прокат к выходным и акцентирующие собственное преимущество на особом формате просмотра, то есть целиком зависят от формы показа, мы можем называть блокбастер не жанром, а «формой кинопроизводства» (термин, предложенный Джилл Нелмес – Jill Nelmes, 2012[[18]](#footnote-18)). То есть блокбастер, в первую очередь, определяется, отвечая на вопросы «когда и как смотреть». Лишь затем следуют категории вопросов «что и о чем показывать». Здесь и начинается анализ блокбастера как кинематографического произведения.

Итак, блокбастеры – это зрительское кино, где публика оказывается двигателем и экономической, и художественно-производственной составляющей. Еще с первопроходцев Спилберга и Лукаса основным критериям для создания фильма такой формы являлось эмоциональное воздействие на зрителей. В первой главе речь шла об интеграции технологических новшеств для достижения этой цели. Но если зрелищность и оказывается причиной прийти обязательно в кинотеатр, то повествование и история – то, что заставляет остаться и пережить заложенное в фильме и усиленное спецэффектами. То есть «кино аттракционов 2.0» - не только зрелищный блокбастер, который обращается к прямому сильному воздействию на зрительские органы чувств посредством доступных индустрии технологий и частично возвращает зрителю опыт «чистой видимости», но и аналогично работает с нарративными конструкциями.

На самом деле, термин «аттракцион» применять в зрелищных искусствах начал еще Сергей Эйзенштейн. Описывая процесс захвата и манипуляции зрительскими эмоциями в 1920-е годы, он утверждал: «Аттракцион (в разрезе театра) – всякий агрессивный момент театра, то есть всякий элемент его, подвергающий зрителя чувственному или психологическому воздействию, опытно выверенному и математически рассчитанному на определенные эмоциональные потрясения воспринимающего».[[19]](#footnote-19) Аттракционность блокбастеров полностью строится на этой же системе резкого переключения эмоциональных регистров зрителя, используя все доступные индустрии элементы.

**Нарратив**

Современному зрителю, искушенному и объемом, и доступностью, и историческим багажом кинематографических лент, недостаточно классической красивой истории, которая могла бы хорошо продаваться в студийную эпоху Голливуда. Блокбастеры, главная задача которых добраться и привлечь самые разные группы зрителей, предложил такому зрителю зрелищный кинематографический опыт, но вместе с форматом показа должен был измениться и формат повествования, сюжеты. Потенциальная аудитория для просмотра блокбастера всеобъемлюща: от ценителя кино до любителя развлечений, от подростка до пенсионера. Чем больше групп окажутся целевыми, тем выше успех фильма, а значит и его бокс-офис. Поэтому в современном блокбастере на первый план выходят темы универсальные, узнаваемые на разных континентах разными возрастными, социальными группами с разными политическими, религиозными взглядами.

Узнаваемость строится из общедоступных исторических моментов, книг-бестселлеров, поп-культурных феноменов, вирусно захвативших, если не весь мир, то большие территории. Универсальность можно выводить из общечеловеческой культуры и широты моральных категорий. Мы мыслим категориями добра и зла, «своего» и «чужого», свободы и порабощения, счастья, страха, дружбы и вражды и так далее. Мы как человеческий род мечтаем или боимся найти жизнь где-то помимо Земли, романтизируем космос, склоны к ностальгии и, по большому счету, нуждаемся друг в друге. Эти темы и поднимаются в блокбастерах. Это истории о вторжениях инородных существ на Землю, столкновении с неизвестным (НЛО), приключенческих путешествий по просторам космоса, противостоянии плохих ребят и хороших, природных катаклизмах.

Эти сюжеты, естественно, производят своих героев, с которым зрителю захочется себя идентифицировать. Герои не могут быть примитивными и однобокими, поскольку публика, наученная считывать визуальные и культурные коды, требует от персонажей правдоподобности. Целостность персонажа складывается из его психологии и исторического контекста, зачастую в «хороших» есть свои демоны, с которыми им приходится бороться, в «плохих» - свои ангелы, с которыми они тоже борются. Внутренний и внешний мир героев не представляется черно-белым, как и положено в реальности – их характеры неоднозначны.

Традиционная классическая система повествования тоже трансформировалась под давлением и запросов аудитории, и выхода на главную арену зрелищных аспектов кинематографа. Трехчастное развитие истории: описание существующей ситуации и условий (1), разрушение этой ситуации, нарушение установившегося строя (2), стремление восстановить утраченное или же построить новую систему (3), заменяется более динамичной и фрагментарной структурой, чтобы зритель не заскучал. Постепенное линейное развитие событий с одной небольшой кульминацией, например, посередине фильма и одной главной ближе к концу или в конце тоже сменяется большим количеством точек эмоционального напряжения в течение всего фильма. Зачастую эти точки сопровождаются или каким-то образом связаны с моментами зрелищными (взрывы, тонущий корабль, атаки и т.д.). Джеф Кинг (Geoff King, 2002) предложил называть эту новую более развлекательную и увлекательную манеру нарратива «форматом американских горок» («roller-coaster format»). Ассоциация очевидна – будто на аттракционе в парке развлечений зритель с небольшими паузами между эмоциональными пиками будет находиться в постоянном напряжении, захваченный тем или иным чувством. В этом случае нарратив синхронизируется с аудиовизуальными спецэффектами, увлекая публику за собой и не позволяя ей отвлечься и успеть заскучать.

Прерывность нарратива можно объяснить еще и изменениями, которые происходят в медиа-культуре, а, следовательно, и в способе восприятия информации зрителями. Форматы любого рода информации постепенно движутся к сокращению и компактности. Объемы текстов становятся все меньше – несколько новостных строчек вытесняют полноценные статьи. Длительность видео сообщений становится все короче. В этих условиях полуторачасовым, а то и двухчасовым блокбастерам становится сложно конкурировать и не утомлять аудиторию. Поэтому дробление истории на фрагменты, смена эмоциональных регистров – это их ответ на изменение формата. Таким образом, зритель, не успев утомиться в одном состоянии, переключается на иное посредством не только высокочастотных кульминаций, но и переключением своего внимания с сюжета на спецэффекты и обратно.

**Жанры**

Не в любом жанре может уложиться вышеописанная нарративно-зрелищная система блокбастера, равно как и распространенные сюжеты, раскрытые в фильмах такого рода. Следовательно, имеет смысл говорить о жанрах, наиболее встраивающихся в традицию создания блокбастеров. В современной кинотеории жанры крайне подвижны и изменчивы, поэтому прежде чем обращаться к конкретным группам, определимся с тем, что мы понимаем под термином «жанр». Рик Алтман предлагает рассматривать этот феномен с четырех позиций:

* «модель, то есть формула, которая предшествует, программирует и формирует производство в индустрии
* структура, условная конструкция, по которой строится фильм
* упаковка, которая используется производителем и дистрибьюторами
* контракт, то есть договор со зрителем о том, как воспринимать этот фильм».[[20]](#footnote-20)

Блокбастер, чье существование заранее зависит от зрителя, имеет необходимость соблюдать свою договоренность с публикой. Поэтому каждый фильм-блокбастер есть контракт: зритель приходит на ужастик с ожиданием быть напуганным, и отчасти на этом основывает свою оценку фильма. Современный зритель, который уже знаком с определенными конвенциями и характеристиками того или иного жанра, таким способом формирует примерное представление о предстоящем просмотре фильма.

Обратной стороной этого договора со зрителем является возможность студий окрестить блокбастер жанровым лейблом и этим образом предпродать его публике. С выходом в прокат «Аватара» (2009) прокатчики делали акцент на том, что это фильм-фэнтези, что подразумевало определенное количество ассоциативных связей: придуманный мир с диковинными существами, красивая картинка, сказочность и так далее. Лейбл «фэнтези» давал зрителю возможность провести аналогии, например, с франшизой «Властелин колец», понять, что их ждет на экране, и решить, нравится ли им фильм такого типа или нет. В контексте современного поведения аудитории («если раньше зрителя интересовало содержание фильма, то теперь зачастую ему достаточно, что он смотрит ужастик <…> если раньше он потреблял продукт, то теперь он жует упаковку»[[21]](#footnote-21)) жанр – это своего рода визитная карточка блокбастера.

Несмотря на различные составляющие того или иного жанра, они все приносят зрителю удовольствие одного общего типа – возможность узнавать черты, присущие заявленному жанру, и различия именно этого фильма от всех других, расположенных в том же поле. Поскольку современный зритель довольно медиаобразован и уже знаком с жанровыми конвенциями, ему представляется скучным смотреть фильм, четко следующий этим конвенциям. Поэтому для блокбастера важно не только сохранять узнаваемость доминантного жанра, но и предлагать какие-то необычные решения, небольшие отклонения от традиции. Чаще всего главенствующими жанрами блокбастера являются:

* фантастика (сай-фай)
* приключенческие фильмы в современных локациях
* исторические фильмы и эпики
* фильмы-бедствия, апокалиптическое кино
* фэнтези
* кинокомиксы

Можно предположить, что в рамках этих жанров у кинопроизводителя есть возможность развернуть и воздействие спецэффектов, и увлекательность сюжета, и масштабность проекта. Одним словом у них есть более широкое поле для «монтажа аттракционов». К тому же перечисленные выше жанры зачастую связываются зрителем с идеей эскапизма от реальности, погружением в несуществующие, но убедительно воссозданные миры. Опять же акцентируется уникальность такого события, как пребывание в параллельной «киновселенной» и проживание этого опыта благодаря нарративу и спецэффектам.

Определившись с главенствующим продаваемым жанром будущего блокбастера, работа с жанровой теорией в проекте не заканчивается. Очень часто происходит смешение различных, порой противоположных из них. К слову, как раз Джеймс Кэмерон в «Титанике» (1997) и закрепил эту идею, смешав фильм-катастрофу с мелодрамой. Конечно, еще со времен Спилберга и Лукаса блокбастеры не оставались однобокими фильмами-бедствиями или фэнтэзи. Однако их увлечённость новой масштабностью и способностью представить зрителю нечто совершенно неизведанное отвлекала от создания полноценных романтических или лирических линий. Но, естественно, уже несло в себе идею скрещивания, казалось бы, противоположных жанров. После «Титаника» вписывание комедии, драмы или бадди-муви (buddy-movie) вжилось в схему производства. Что не удивительно, возможности охвата зрительских эмоций таким способом становятся гораздо шире, а значит и конечный шоковый опыт может быть усилен в несколько раз. К тому же разнообразие в одном фильме подразумевает расширение потенциально заинтересованной аудитории. Один зритель идет посмотреть на шумное и активное действие, взрывы, бои, и его ожидания оправдываются; другой тоже остается доволен, увидев романтическую историю. Смешение жанров становится еще одним способом активного вовлечения зрителя в фильм. Просмотр превращается в интерактивную игру угадывания и правильного считывание жанровых кодов. Зритель расслабляется, когда понимает, на какой полке можно разместить прокатываемый блокбастер, но не теряет интереса, поскольку следит за не конвенциональными решениями и находками авторов. Таким образом, работая с жанровой системой, создатели блокбастеров осуществляют две функции: гарантируют удовольствие своей аудитории и избегают экономических рисков, предлагая своему зрителю то, что ему узнаваемо и знакомо, но не скучно и чересчур традиционно.

**Система звезд**

Наконец, блокбастер нельзя было назвать таковым, если фильм не опирается на «звездную систему», выстроенную в Голливуде. Еще с момента зарождения Голливуда актеры и актрисы превращались в объекты обожания, подражания и огромного интереса публики. Создание культа вокруг звезды всегда был одним из способов привлечь зрителей, отказаться от такого способа получения прибыли компании отказаться не могут.

В работе над новым блокбастером обязательно участвует медийная личность, имя которой потом можно будет поместить на плакатах, в рекламных роликах и другой маркетинговой продукции. Конечно, актеры и актрисы – первые в списке этих личностей. Их определенный образ часто выстраивается в единую линию от фильма к фильму. В какой-то степени, как и жанр, тому или другому актеру присваивают свой лейбл, который зритель может считать и на этой основе сложить представление о выходящем фильме. Брюс Уиллис играет крепких и толстокожих крутых парней, которые являются носителями самой, что ни на есть, маскулинности. Ричард Гир – это герой-романтик, джентльмен, на самом деле, находящийся в поисках любви, даже если внешне он выглядит плейбоем и сердцеедом. Одновременно с появлением звезды рождается и ее амплуа, которого приходится придерживаться не только в рамках съемочного процесса, но и в реальной среде, доступной для освещения в медиа.

Помимо актеров, зрители часто оценивают фильм по именам режиссеров и продюсеров фильмов. Посмотрев на историю развития блокбастера как новой формы кинематографа, можно заметить, что именно режиссерские амбиции являлись главной движущей силой. Их художественная любопытность к новым способам передачи их идей – это гарант как минимум того, что за фильмом стоит нечто большее, чем стремление собрать большую кассу. Правда, блокбастеры, за которыми стоит определенный режиссер, входят в отдельную группу фильмов «high concept».

Такая новая модель кино включает в себя три слова: «the look, the hook and the book» (внешний образ, крючок и книга)[[22]](#footnote-22). Собственно, the look подразумевает наличие стиля: операторские решение, цветовая палитра, определенного рода паттерны, форма – те составляющие, по которым мы, можем определить, что фильм снят, например, Спилбергом или Содербергом. The hook – это основная идея фильма, которая зацепит зрителя и заставит его следить за повествованием, не теряясь в сложностях нарратива. Лучше всего это понятие объяснил Стивен Спилберг: «Если человек сможет объяснить мне идею фильма в двадцати пяти словах или меньше, то фильм выйдет отличным»[[23]](#footnote-23). И, наконец, the book. Фильм «high concept» чаще всего снимается по бестселлеру или же подразумевает выход книги после выхода кинокартины.

На первый взгляд концепция таких авторских блокбастеров ничем не отличается от любого блокбастера. Но, на самом деле, понятие кино «high concept» выделяется наличием яркого стиля фильма. Режиссер, стиснутый в определенные рамки конвенциями, которые обеспечивают студии прибыль, отыгрывается на визуальных решениях существующего материала. И, вероятно, этим можно объяснить причину того, что именно авторы и оказываются главной силой в эволюции блокбастеров. Будучи ограниченными в самовыражении, они приходят к самым неожиданным решениям, которые имеют огромную популярность у публики. А затем студии начинают бесконечно копировать эти решения, отправляя их на бесперебойный конвейер производства. Так, от цикла к циклу система и существует, производя похожие друг на друга фильмы, пока зрителю не наскучивает. Потом находится новый автор с новым взглядом, чье новшество снова заимствуется системой.

Итак, для того чтобы назвать фильм блокбастером, необходимо, чтобы были соблюдены следующие условия. На производство затрачены сверхбюджеты, а после проката фильмы принес сверхприбыль (или как минимум окупился). Перед и во время проката запущена мощная маркетинговая кампания, которая опирается на расширение «вселенной» фильма за пределами кинотеатра. Это способствует созданию культа вокруг фильма. На эту же задачу работает голливудская «система звезд», с помощью которой тоже формируется и расширяется целевая аудитория фильма. Используется эйзенштейновский «монтаж аттракционов» в нарративной и зрелищной структуре, с помощью которой фильм воздействует на эмоциональные регистры зрителя. Сюжеты и герои оказываются узнаваемыми и универсальными для публики разных континентов и стран. Зритель вовлечен в просмотр через полу интерактивную игру с разгадыванием культурных кодов, жанровых конвенций и интертекстуальностью. Любые аудиовизуальные и сюжетные решения фильма направлены на то, чтобы схватить и удержать внимание публики, предложив зрителю кинотеатральный аналог парка развлечений.

Наконец, дадим рабочее определение блокбастера. Блокбастер – это киноаттракцион, в котором зрелищность (spectacle) и нарратив (narration) работают в тандеме для того, чтобы играть с эмоциональными регистрами публики и тем самым, удовлетворяя их зрительские запросы, оставаться прибыльным продуктом киноиндустрии.

# Современный российский блокбастер

В течение всего постсоветского периода пока развивалась и строилась российская киноиндустрия, вместе с ней шло освоение и популярного массового кино. В попытках сохранить актуальность и заинтересованность зрителя на местном рынке российской киноиндустрии приходится конкурировать с всеобъемлющей голливудской системой, которая превосходит российскую и по качеству, и по количеству. Однако если в начале века говорить о конкурентоспособности российского кинопродукта представлялось практически невозможным, сейчас блокбастеры русского производства представляются одним из ключевых, быстро развивающихся направлений местного кинематографа.

Основным параметром, по которому можно проследить этапы формирования понятия «русский блокбастер», является то, как выстраивались взаимоотношения между двумя главными силами блокбастера – зрелищем и нарративом. Стремясь позаимствовать все самое лучшее из голливудского опыта, российский кинематограф с самого начала акцентировал свое внимание на техническом развитии индустрии и желании создавать монументальные кино аттракционы, на которые бы зритель приходил посмотреть исключительно в кинотеатр. Желая догнать Голливуд по спецэффектам и зрелищности и увлекшись игрой в создание дорогостоящих, технически сложных картин, российские студии долгое время оставляли нарратив непроработанным, наполненным местными сюжетами и не выверенным с теми же голливудскими образцами. Но теперь, когда ажиотаж и восторг от собственных умений пользоваться дигитальными средствами прошел, российская индустрия начинает осваивать второй главный компонент блокбастера. С выходом на международный рынок нарративные конструкции в российских фильмах подстраиваются под трансмедийного зрителя. Авторы фокусируются на более универсальных и понятных темах. Зрелищность не существует сама по себе, оторванной от истории. А работа с эмоциями зрителя не проводится с помощью активного давления на публику только лишь технологиями. Современный российский блокбастер проделал большой путь от жанровых авторских экспериментов до международных копродукций и, наконец, переживает интенсивный подъем.

## «Новый Голливуд» и российская киноиндустрия в 90-е: жанрового кино в России

В начале 1990-х кинопроката в России как такового и не было. После развала Советского Союза кинобизнесом государство не занималось, процветало кино- и видео-пиратство, зритель довольствовался фильмами второго и третьего порядка. В соответствии со статистикой в 1991 году посещаемость кинотеатра оценивалась в 6 билетов на человека в год, а в 1993 – 2 билета.[[24]](#footnote-24) «Кинопоказ стал стопроцентно убыточным предприятием. Поэтому либо местные власти закрывали кинотеатры, переделывали и передавали коммерсантам, либо же директора осуществляли предпринимательскую деятельность, перегораживали интерьеры и сдавали в аренду большую часть площадей тем же коммерсантам, время от времени показывая фильмы для отчетности».[[25]](#footnote-25) Те независимые компании, которые существовали на рынке делали акцент на теневом дистрибьюторстве. Пиратский рынок так вырос, что все крупные голливудские мейджоры объявили эмбарго на ввоз своих картин в Россию.

Эта ситуация напоминает период голливудского кризиса, когда количество посетителей кинотеатров неизменно падало, индустрия не могла найти новых способов возврата зрителей в залы. Если американский кинематограф нашел ответ благодаря новым авторам новой эпохи (Коппола, Скорсезе, Пенн, Малик), которые предложили американским зрителям иной продукт - кино, честно и открыто репрезентирующее волнующее зрителей состояние действительности (на контрасте с эскапистским уклоном кинематографа 50-х). Российская киноиндустрия, в первую очередь, боролась с кризисом посредством внедрения технологических новшеств в кинотеатры и прокатом крупномасштабных американских фильмов. Например, в 1996 году в Москве открывается кинотеатра «Кодак – Киномир».[[26]](#footnote-26) В переоборудованном зале со звуковой системой Dolby, с удобными мягкими креслами и кафе-баром, где продается попкорн и кока-кола, показывают блокбастер «Скала» (режиссер Майкл Бэй, в главных ролях - Николас Кейдж, Шон Коннери). «Кодак» становится первым в России кинотеатром, соответствующим американским стандартам. Успех этого кинотеатра оказывается настолько велик, что его появление окупается за год вместо трех. Долгожданное использование современных технологий в кинопрокатной деятельности заинтересовывает зарубежных мейджоров. Голливуд начинается постепенное освоение российской территории.

В то же время в 1997 году на экраны выходит фильм Алексея Балабанова «Брат», которым можно ознаменовать запуск новой культурной отрасли в России – российского массового кинематографа.[[27]](#footnote-27) Позже именно этой кинокартиной можно будет отметить начало противостояния российской индустрии американским голливудским фильмам-гигантам. В этот список попадут имена Петра Буслова, Тимура Бекмамбетова и Федора Бондарчука. Эти режиссеры, заимствуя у американского кинематографа форму, станут заполнять фильм «российским» содержанием.

«Брат» (1997) и «Брат-2» (2000) стали первыми фильмами российского кинорынка, которые не наследовали «жанровую систему из традиционного советского кинопроизводства, но заимствовали знание о формулах киноповествования из представлений о зарубежном кинематографе. И по законам формульного повествования, вместе с архетипическими сюжетными ходами в этих фильмах обнаружилась опознаваемая зрителем как достоверная информация о социальной реальности того времени, в которое помещен сюжет, то есть о российской современности».[[28]](#footnote-28) Соответствующий исторический контекст в виде произошедших конфликтов с Афганистаном и Чечней, из которого выросли герои Балабанова, культ андеграундной музыкальной сцены, бедность, бандитизм и местная мафия – эти и другие культурные, социальный знаки составляли действительную картину России 90-х и начала 2000-х. Однако эта национальная действительность была упакована в голливудский жанровый формат. Российскому зрителю впервые была представлена, на первый взгляд, продукция, схожая с тем неисчислимым количеством западных фильмов, с которыми публика была хорошо знакома (благодаря процветающему пиратству и телевидению). Но, на самом деле, эта продукция была более интересна и близка российской аудитории содержательно и контекстно. Зрители узнавали героев, окружение и обстановку, а значит, процесс идентификации себя с персонажами и происходящим на экране проходил интенсивнее.

Так, Алексей Балабанов положил начало новой тенденции в российской киноиндустрии – сохраняя национальную самобытность, которую можно определить как «народно кино»[[29]](#footnote-29) в содержательном плане, использовать американскую систему для большей визуальной привлекательности и качественности продукта. Можно предположить, что оба «Брата» наследуют свою форму от ранних фильмов Скорсезе и Копполы, поднимая темы насилия и семейных, клановых взаимоотношений. «Бумер» (2003) Петра Буслова – это русский вариант роуд-муви в стиле «Беспечного ездока» (1969) и от части «Бонни и Клайд» (1967). «Дозоры» (2004 и 2005) Бекмамбетова – фэнтези с большим количеством вплетенных элементов других жанров, это попытки перенять опыт более поздних (появившихся на пороге нового века) голливудских фантазийных франшиз. «Бой с тенью» (2005) Алексея Сидорова представляется апроприацией боксерских экшн-фильмов таких, как «Бешеный бык» (1980) или «Бойцовский клуб» (1999). «9 рота» (2005) Федора Бондарчука стала началом создания военных патриотических эпопей, обещая затмить «Апокалипсис сегодня» (1979). Из обобщения вышеперечисленных проектов, имеющих место быть в конце 90-х и начале 2000-х, можно сделать вывод о том, что режиссеры-авторы стремились к демонстрации профессиональной компетенции своих фильмов, сохраняя при этом возможность рефлексировать над российской современностью. Российское массовое кино выдвинуло лозунг «мы можем не хуже Голливуда», противопоставив себя западному продукту и, в то же время, подражая ему же. Российская индустрия переживала собственную версию «Нового Голливуда» 70-х.

Параллельно с развитием массового кинематографа, формировалась новая бизнес-модель киноиндустрии и кинопрокат. С 2000-го года в России начался бум строительства кинозалов. В 2000-м открылась первая кинотеатральная сеть («Витязь», «Мечта», «Горизонт», «Стрела» в Москве), за ней последовала вторая – «Каро». 1 мая 2001 в Москве открылся девятизальный кинотеатр «Формула кино Атриум» - первый в России мультиплекс. А к 2004 году количество кинозалов в стране составило уже 613 штук.[[30]](#footnote-30) Период 2000-2004 годов был охарактеризован монополизацией российской киноиндустрии: главными дистрибьюторами оказались те прокатчики, у которых заключены контракты с основными компаниями-мейджорами. («Каро-премьер» в альянсе с Warner Brothers; «Каскад» — с Buena Vista и Columbia Pictures; «Гемини» — с 20th Century Fox; Ист-Вест как дистрибьютор UIP —с Universal, Paramount, и Dreamworks). Но с концом бума строительства кинотеатров монополизация крупных холдингов разбилась, поэтому огромное количество экранов позволило и более мелким, независимым дистрибьюторам предлагать кинотеатрам прокатывать фильмы. Сформировалась новая формула досуга – благодаря существованию мультиплексов в торговых комплексах поход в кино встал в один ряд с другими развлечениями и шопингом. Таким образом, увеличилась проходимость кинотеатров. На этот момент главными фильмами в прокате, все еще, являлись голливудские блокбастеры – например, «Матрица», «Гарри Поттер», «Властелин колец». Но фильмы российского производства, ориентированные на русского зрителя, постепенно стали занимать определенный сегмент рынка и пользоваться спросом у публики. К 2005 году установилась двухполярная система. С одной стороны, индустрия возродилась посредством копирования американской бизнес-модели, формата кинопроката и формул построения фильма. С другой стороны, индустрия восстала против той же американской системы, пытаясь утвердиться в собственной конкурентоспособности. Точкой закрепления этой системы стал фильм **«**Ночной Дозор**»**.

## «Ночной Дозор» Тимура Бекмамбетова: первый российский блокбастер

Выход на российские экраны «Ночного Дозора» (2004) стал фильмом-событием, которого российская публика, может и не ждала, но надеялась когда-нибудь застать. Фильм Тимура Бекмамбетова и продюсеров Константина Эрнста, Анатолия Максимова – первый русский фильм, который в 2004 году побил все кассовые рекорды в российском кинопрокате и занял первую позицию в аналитических чартах, опередив даже последнюю часть трилогии «Властелина колец» и вторую часть «Человека-паука». «Ночной дозор» собрал кассу в 450 миллионов рублей (16 миллионов долларов) при бюджете в 4 миллиона долларов (данным «Бюллетени Прокатчика»[[31]](#footnote-31)). По меркам только формирующейся российской киноиндустрии эти цифры можно было считать сверхприбыльными. Поэтому после оглушительного успеха фильма российские медиа заговорили о таком феномене как «русский блокбастер»[[32]](#footnote-32), который смог бы стать альтернативой западным фильмам такой формы. Но является ли этот термин обоснованным при разговоре о «Дозоре» и всех последующих крупномасштабных проектах?

Фильм Бекмамбетова – это вольная экранизация бестселлера Сергея Лукьяненко «Ночной Дозор», снискавшего большое признание на российском рынке. Как и в литературном источнике, авторы «Дозора» планировали выпустить как минимум две кинокартины (книг всего – 3). «Дневной дозор» вышел на год позже, в 2005 году, снова став лидером российского проката с рекордными на тот момент кассовыми сборами в 919 миллионов рублей (31 миллион долларов). По словам создателей, стремления «догнать и перегнать Америку» в глобальном смысле у авторов фильма не стояло. На тот момент они ориентировались лишь на местный российский рынок, развивая «патриотические задумки»[[33]](#footnote-33). Поэтому целью проектов было предоставить зрителю альтернативную версию голливудского зрительского кино, но «своего»: «А в «Ночном Дозоре» Голливуд во всей совокупности ощущений и представлений о нем — свой! В своих интерьерах, в своих подъездах, со своими актерами. Но Голливуд! Местный Голливуд».[[34]](#footnote-34) Как осуществлялась эта тактика создания «местного Голливуда»?

Для того чтобы зритель о существовании фильма узнал и запомнил, нужно было устроить масштабную рекламную кампанию, бюджет которой составлял примерно ту же сумму, что и сами съемки. «Ночной Дозор» рекламировали везде – в метро, на автобусных остановках, в кинотеатрах и по федеральным телевизионным каналам, в том числе в ежедневных «Новостях» на Первом канале. Агрессивное продвижение продукта есть одна из стратегий побить американского конкурента на российском рынке, пользуясь теми же американскими методами. Рекламная кампания «Дозора» позволила сделать из фильма настоящее медийное событие. Возвращаясь к голливудской истории, мы вспоминаем, как и «Звездные войны» Лукаса, и «Челюсти» Спилберга стали основоположниками той же самой идеи – превратить показ фильма в нечто более широкое, охватывающее и медийное, и телевизионное, и культурное пространство в целом. Итак, рекламная кампания «Дозора» - первая, непременно сопровождающая блокбастеры черта.

Для того чтобы «Ночной Дозор» получил достаточное финансирование, создатели фильма снова позаимствовали практики американских коллег – использовать крупные корпорации в роли своих инвесторов в обмен на скрытую рекламу их продукции. На Западе эта модель получила название «product placement» (продакт-плейсмент), и она активно реализуется в производстве массовых кинокартин. В «Ночном Дозоре» герои пьют растворимый кофе Nescafe Classic, в метро висят баннеры МТС, а главными связными телефонами являются Nokia. Наличие этой скрытой рекламы не понравилось российским критикам. Вероятно, что данную реакцию можно объяснить чрезмерной очевидностью или чрезмерным изобилием продакт-плейсмента в фильме. Однако попытки команды поменять стратегию в сиквеле «Дневной Дозор» тоже не принесли положительных результатов. Ироничное вписывание сока «Доброго» (который заменен на сок «Злой», потому что его пьет Темный) или приверженность алкоголика из Светлых Антона Городецкого к «Старому Мельнику» не показалось критикам остроумным или необходимым для создания приближенного к действительности кинематографического мира. Но критические ремарки имели бы право на существование при анализе фильма как некоего авторского независимого проекта. Называя «Дозоры» - русскими блокбастерами, нам представляется необходимым и соглашение с наличием разработанных практик продакт-плейсмента, поскольку это снова подтверждает тот факт, что в поисках устойчивой модели развития российская индустрия обратилась к хорошо налаженной американской.

Убедившись в том, что формально проекты Тимура Бекмамбетова и его команды соответствуют экономической формуле блокбастера (с учетом отсутствия голливудских масштабов киноиндустрии в целом), можно разобраться с тем, каким образом создателями осуществлялась концепция «голливудского фильма с русской спецификой».

«Дозор» сложно определить одним конкретным жанром, поскольку авторы прибегали к смешению фэнтези (на котором основывается сюжет) с вкраплениями ужастиков (сцены с появлением воронки и нависающей из-за этого опасностью) и пафосом фильма-катастрофы (общее постапокалиптическое настроение и визуальная репрезентация Москвы). Добавим к этому еще клипмейкерскую стилистику с рекламным лоском, и фильмы оказываются собранием самых популярных голливудских способов придать продукту максимально аттракционный и привлекательный вид. «Бекмамбетов избрал в своем фильме очень интересную художественную технику поэтического касания известных сюжетов и символов. Он как бы создает краткосрочную аллюзию и сразу же от нее отходит. То есть у зрителя успевает создаться ощущение знакомого-и-близкого, но оно никоим образом не закрепляется в его сознании. Поэтому корректнее в отношении этого фильма говорить о поэтике реплик, а не постмодернистском цитировании».[[35]](#footnote-35) Зритель, таким образом получивший узнаваемую и комфортную для его впечатлений и взгляда систему, готов принимать и считывать ту мифологию, которую Бекмамбетов с продюсерами зашифровали в опрятной голливудской упаковке.

А миф «Дозоров», основанный на книгах Лукьяненко, реализуется в попытках отрефлексировать события 90-х с дефолтом 1998 году, социально-политической дезориентацией и наметить способ сосуществования со сформировавшейся действительностью. В фильмах мы наблюдаем противостояние двух сил - Темных и Светлых, которые пока сосуществуют мирно во имя заключенного договора, то есть в их магическом мире всем правит бюрократический аппарат. Светлые, следящие за выполнением соглашения ночью и поэтому носящие имя Ночного Дозора, представляются советскими отголосками. Темные, несущие Дозор днем, - это такие новые русские, разъезжающие на модных машинах и проживающие в люкс-апартаментах. Но вместе они – Иные, наделенные некоторыми магическими способностями. Зритель, погружаясь в фильм, легко идентифицирует себя с Иными и находит пусть и в мрачном киномире ответы на волнующие его вопросы. Через это масштабное противостояние Светлых и Темных сил объясняется и каждая катастрофа, случившаяся в Москве, и приближающийся Конец Света, и шаткость мирного положения дел. Зрителю предлагается конкретное мифическое (магическое) толкование создавшейся социально-политической ситуации. Он попадает «в некий мир, в котором все ясно: начало и конец, хорошее и плохое, и ты точно знаешь, что самые страшные экранные противоречия так или иначе разрешатся. Выходишь на улицу из кинозала, вооруженный неким полезным знанием».[[36]](#footnote-36) «Дозоры» ставят перед собой четкую задачу - эстетизировать повседневность постсоветского человека и поддержать его надежду на чудо, сохранив при этом правдоподобность этой повседневности. Однако, несмотря на стремление привнести оптимистический взгляд и разрешение конфликта, мы все же считываем общие скептические настроения и ощущение разочарованности в фильмах. Возможно, время действия «Дозоров» в обществе нестабильности и неопределенности и объясняет жанровую, повествовательную и смысловую перегруженность картин. Авторы, стремясь остаться верными духу времени, не могли иначе, как через сумбур и невнятность репрезентировать царящий хаос.

Если с точки зрения визуальных эффектов и аттракционности «Дозоры» можно считать приближенными к виду голливудских блокбастеров того времени – об этом говорит и вычищенный рекламный вид кадра, и разнообразные шоустопперы битв и странствий по Сумраку, и динамичный, ритмичный монтаж. То к нарративному компоненту возникают вопросы, а вернее к отсутствию простроенного нарратива как такового. Используя предложенный Виктором Мизиано термин для техники Бекмамбетова – «поэтическое касание», можем переложить его и на повествовательную схему фильмов. Например, «Ночной Дозор» состоит из отдельных эпизодов, но не складывается в одно линейное повествование. Сначала мы узнаем о том, как главный герой Антон совершает самую большую ошибку своей жизни, решив убить своего еще не рожденного ребенка. Затем этот главный сюжет тянется лейтмотивом на заднем фоне, когда в основном действие Антон то воюет с Вампирами, то спасает саму себя проклявшую женщину и мир от катастрофы, то, наконец, возвращается к истории об убийстве своего сына, практически повторяя ее. Основная история, разбавленная и смешанная с еще кучей маленьких и необязательных персонажей и их мини-сюжетов, теряется в этом калейдоскопе, оставляя зрителя озадаченным. Создатели, сделав акцент на технической составляющей, на адаптации продукта к русской аудитории и стремясь воссоздать полноценную кино вселенную, не справились с задачей сохранить нарратив ясным, цельным и удобно перевариваемым зрителем.

В запутанном сюжете, специфичности и приверженности частному историческому периоду страны проявляется то, что не позволяет «Дозорам» выйти на следующий уровень – стать трансмедийным блокбастером, понятным иностранной публике. Концентрация на национальном контексте и включенные в фильмы культурные коды (которые оказываются легко считываемыми российским зрителем) лишают «Дозоры» универсальности интернационального кинематографа. Для экзотического проекта с «русским духом» не хватает пояснений и расшифровки кодов. Для прославления общечеловеческих моралей - простодушной веры и некоторой позитивной программы. И все же не стоит забывать, что на данном этапе становления киноиндустрии авторами и не ставилась задача создавать продукт, имеющий потенциал быть отправленным на импорт. В 2004 году создатели «Дозоров» стремились к появлению конкурентоспособных российских проектов с голливудскими на местном рынке. Добившись своих целей, они подвели черту под родившейся еще в 90-е годы тенденцией вшивания русской специфики в голливудские формулы, утвердив этим существование феномена, который и закрепился в нашем поле как русский блокбастер.

Эта форма кино – кинематографическая версия того, что в межкультурной коммуникации характеризуется существованием ситуации «от глобализация к локализации». С одной стороны, присутствует использование унифицированного материала для того, чтобы охватить большее количество потребляющих продукт. С другой стороны, рождается противоположное намерение сохранить национальный, местный характер создаваемого продукта, который будет ориентирован на местного потребителя. Русский блокбастер оказывается парадоксальным явлением, заключающим в себе это противоречие одновременного стремления к голливудским стандартам и сохранения русской идентичности, понятной русскому зрителю. Этот курс, заданный немногочисленными авторскими фильмами и дилогией Тимура Бекмамбетова, останется господствующим в течение следующего десятилетия. Он станет и удобным основанием для идеологического захвата культурной индустрии, и сложно искоренимым элементом в дальнейшем развитии крупномасштабного кино в России.

## Начало государственного финансирования киноиндустрии и расцвет «народного кино»

Абсолютный успех «Дозоров» открыл для отечественного массового продукта новое поле деятельности, которое стало необходимо заполнять каким-то контентом. Зритель поверил в возможности российского кинопродукта, а состояние проката с развивающимися мультиплексами и переоборудованием старых кинотеатров позволяло этот продукт распространять. Пиком отечественного производства с конца девяностых и по 2015 считается 2007 год – было выпущено 83 фильма (в 2006 году эта цифра составляет – 61 фильм, в 2010 – 73).[[37]](#footnote-37) На рынке сформировалась местная студийная система мейджоров. Список компаний-лидеров по производству на 2010 год выглядит следующим образом: СТВ, Дирекция кино, Тритэ, Централ Партнершип, Профит, Art pictures, Bazelevs, Рекун.[[38]](#footnote-38) Именно между этими компаниями Фонд кино решил разделить свои субсидии. Стоит напомнить, что Фонд кино – это исключительно государственное подразделение, которое по нынешнее время является основным крупным инвестором крупномасштабных отечественных проектов.

Если в «додозорный» период российской киноиндустрии обращение к голливудским стратегиям и перенятие опыта создания массового фильма было скорее интуитивными интенциями российских авторов, то в «последозорный» период, убедившись в прибыльности и рентабельности данных проектов, студии во главе с государством начинают развивать и расширять эту стратегию. Авторский художественный интерес к потенциально новым кинематографическим находкам и движение снизу заменяется прагматичным желанием собирать кассы и выполнять идеологические задачи. С 2005 года государство берет курс на обновление развлекательной культурной индустрии посредством развития появившегося русского блокбастера.

Какие причины могут существовать у государства для легитимации продюсирования крупных отечественных кинопроектов, и можно ли считать их интерес к этому феномену политически обоснованным? В начале нового миллениума государство «неизменно претендовало на роль «первого европейца» в России»[[39]](#footnote-39), а блокбастер оказался тем продуктом глобализированного мира, который мог бы стать отличным способом акцентировать принадлежность России к этому миру и показать нашу дееспособность в рамках этих тенденций. К тому же, блокбастер стал самоокупаемым массовым продуктом, пропагандирующим те важные для инвесторов (государства) идеи, заложенные в текст фильма. Культурная развлекательная индустрия оказалась одной из тех быстроразвивающихся и производственных сфер, на которых можно было основывать государственное «профитмейкерство».

Эта формула, идеологически удобная для Фонда кино, конечно, не подразумевает исключение любых других проектов на российском рынке. Однако сформированная к 2006 году студийная система, кормящаяся от государственных субсидий, практически не допускает вероятности наличия иных, не зависящих от этих авторитарных инвесторов проектов с похожими бюджетами, рекламными возможностями и широкой всероссийской дистрибуцией. Потеряв независимых, художественно заинтересованных в развитии зрительского кинематографа авторах, киноиндустрия посредством возможностей, предоставленных государством продолжило свой вектор развития в направлении укрепления национальных настроений в будущих российских блокбастерах.

Зависимость от Фонда кино, которая сформировалась в зрительском кино, поставило авторов этого сектора в сложную позицию. Еще начиная с «Дозоров», фильмы оказались в своеобразной «ловушке». Они по жанровому определению блокбастеров стремились к созданию конвертируемой массовой культуры. Но решение этого стремления разрешалось в «двух пространствах - с одной стороны, имеется заказ Кремля на переписывание национальной истории, а с другой – ты ведь не продашь на Запад борьбу православных с католиками. Поэтому надо придумать, как создать более или менее чистый – вне культурных различий – конвертируемый продукт».[[40]](#footnote-40) Голливудское противоречие, известное нам как противостояние студий и авторов, в российском контексте разворачивалось как борьба авторского и национального/патриотического. Зритель еще с начала 2000-х оказался запрограммированным на «народное кино». Национальная идея и национальный миф транслировался в российских блокбастерах и работал как ответ на процесс вестернизации. Поиск постсоветской самоидентичности и потребность в рефлексии по поводу локальной социальной действительности привели к формированию тяжело конвертируемого кинопродукта.

Жанры, в которых развивался российский блокбастер в период от «Дозоров» до 2015 год, включают в себя по большей части военно-исторические фильмы. «9 рота» (2005), «Турецкий гамбит» (2005), «Адмиралъ» (2008), «Сталинград» (2013), «Батальонъ» (2015) и другие – эти фильмы можно увидеть на первых страницах кассовой сетки в «Бюллетени прокатчика». Фильмы с патриотическим пафосом и апеллирующие к общим местам культурной памяти (таким как Великая Отечественная Война, Афганская война или времена царской Империи) неслучайно оказываются тепло принятыми публикой. Российский зритель приходит на просмотр этих фильмов за приблизительно голливудской зрелищностью и формой, но за уникально русским опытом переживания тех трагических исторических событий. Эмоции воодушевления и гордости за свою страну, относительная принадлежность к геройскому пафосу картин, общая сопричастность всего зрительского зала к происходящему на экране – те аспекты, которые позволили «Сталинграду» Федора Бондарчука стать новым хитом в 2013 году, побив «Хоббита: Пустошь Смауга» и «Железного человека-3». Тенденция, начатая дебютной «9 ротой» Бондарчука, являлась успешной платформой для выражения национальной идеи в массовом кинематографе. Здесь зрителю без каких-либо изысканий рассказывали о том, насколько сильна Россия, какой крепкий и стойкий ее народ и какое благородство живет в душе этого народа. Патриотическое кино - пример проявлений в российской киноиндустрии стратегии «от глобализация к локализации», когда в ответ на интернационализацию и унификацию индустрия создавала локально ориентированный продукт, сохраняя намерение показать владение техническими средствами для создания зрелищности этого продукта.

Однако другие проекты, которые числятся в первых листах отчетов о кассовых сборах, характеризуют противоположное движение. Они начинают экспериментировать с российским кино и берут курс на универсализацию нарративных и тематических конструкций. Две части «Обитаемого острова» (2008 и 2009 года), которые являются экранизацией романа Стругацких, были попыткой Федора Бондарчука создать российский аналог западных фантастических антиутопических фильмов. Но история об одном из возможных будущих человечества не оправдала своих ожиданий, не окупилась в прокате. «Черная Молния» (2009) претендовала на создание альтернативной истории о супергерое: он летал на старенькой Волге по Москве, спасая попавших в беду в новогодние каникулы. Прокатная судьба этого фильма была более успешной, он даже собрал небольшое количество зрителей в Китае (около 250 тысяч). «Вий» (2014) – первый русский фильм ужасов, основанный на повести Гоголя, который включил в себя экспансию и международное со-производство. Одну из главных ролей играет англичанин Джейсон Флеминг (по словам создателей фильма, на эту же роль рассматривались Киану Ривз, Шон Пенн и Винсент Кассель[[41]](#footnote-41)). А части съемок фильма проходили в чешских павильонах.

Фильмы и первой категории, и второй оказываются увлеченными спецэффектами и зрелищной состоятельностью фильмов, тем самым оставляя нарратив либо чересчур предсказуемым для искушенного голливудскими нововведениями зрителя, либо недостаточно хорошо изложенным. В такой ситуации публика оказывается в том положении, когда повествование становится не каркасом для развлекательных киноаттракционов, а нагроможденной сложностями структурой, сквозь которую приходится пробираться для того, чтобы уловить смысловые посылы картины. Если для патриотического и исторического кинематографа контекст общей памяти и общей истории становится достаточным инструментом для манипуляции эмоциональными регистрами публики, то в новом векторе унифицируемых российских блокбастеров невнятность и банальность нарратива становится проблемой.

И все же немногочисленные блокбастеры второго блока указывают на стремление киноиндустрии делать следующий шаг – после установления более-менее стабильной ситуации на внутреннем рынке прощупывать интернациональное поле в поисках возможностей закрепиться и там. Поскольку всеобщая история кинематографа исторически двигалась к постоянной универсализации кинообраза, «к обращению к общим для всех ценностям, смыслам, эмоциям, для которых не нужен культурный перевод»[[42]](#footnote-42), то с международной экспансией российского продукта и нам потребовалась переконвертация этого встроенного локального культурного кода. Опыт «Обитаемого острова» показал, что российский производитель имеет намерение, но не средства и опыт поменять установившийся курс (или добавить к нему новое ответвление). Недостаточный успех амбициозных «Острова», «Молнии», «Вия» можно объяснить малым количеством подобных проектов. Будучи единичными в своем роде, они указывают на то, что российская индустрия еще не культивировала статистическую формулу «из 10 выпущенных фильмов, 1 будет успешным», на которую уже давно ориентируются студии-мейджоры. Однако само появление фильмов подобного указало на новую цель российской киноиндустрии – выйти за пределы внутреннего рынка и найти такую форму блокбастера, которая могла бы если не конкурировать, то сосуществовать с голливудскими проектами на международном рынке.

## Российская индустрия на пути к глокализации

С момента появления в российском прокате крупномасштабных проектов не только сугубо патриотических и исторических, но и более традиционных жанров, присущих блокбастерам, российская киноиндустрия стала наращивать обороты производства. Если до 2015 года количество русских фильмов и мультфильмов не превышало и 80, то в 2015 случился скачок сразу на несколько порядков - было произведено 129 фильмов. А в 2016 году - в Год российского кино, задачами которого было повысить качество и популяризировать отечественную индустрию, количество выпущенных российских картин составило максимальное число за всю историю российской киноаналитики - 137 штук. К 2017 году эти цифры немного снизились (124 картины), но зато качественный показатель российской продукции оказался самым высоким за всю историю российского проката. Фильмами, которые собрали внушительную кассу и стали медийными событиями, в 2017 году стали космические ленты «Время первых» и «Салют-7», фантастика Бондарчука «Притяжение», сказка в ко-продукции с Disney «Последний богатырь» и исторические драмы «Викинг» (вышла в новогодний уикенд 2016-2017 годов) и «Легенда о Коловрате».[[43]](#footnote-43) Отдельным важным и громким событием стал фильм о баскетбольном матче между американцами и советскими спортсменами «Движение вверх», который открывал новогодний уикенд 2017-2018 годов. С момента начала проката этой спортивной драмы и по сегодняшний момент картина держит абсолютное первенство в аналитических чартах, а за всю историю российского проката (с 2004 по 2018) уступает лишь «Аватару» Джеймса Кэмерона.[[44]](#footnote-44)

В соответствии с этими статистическими данными можно отметить, что российская киноиндустрия совершает переход от настроений, заложенных еще авторами-первопроходцами в 90-е и 2000-е годы, - делать кино по голливудским лекалам с чисто «русским» содержанием, к более универсальным конструкциям, конвертируемым под различные мировые регионы.

Во-первых, жанры и темы, выбранные российскими студиями, становятся соответствующими глобальным запросам кинематографического сообщества и зрителя в большей мере.

«Время первых» и «Салют – 7» - это истории о вечной мечте человечества улететь в космос и изучить, покорить новое пространство. Конечно, речь идет о космических достижениях Советского Союза, но присутствие международного сообщества не исключается, равно, как и теоретически потенциальная возможность поменять национальную принадлежность героев. Создатели фильмов скорее апеллируют к более широким человеческим моральным понятиям: долг и дружба, самопожертвование и смелость, очарованность космосом. Зрителя отправляют в романтическое путешествие по просторам Вселенной, периодически встряхивая то трудностями, к которым герои оказываются неподготовленными (например, к полностью обледеневшей космической станции), то эмоциональными переживаниями, связанными с тоской по семье и родному земному дому. «Притяжение» Федора Бондарчука – история о контакте человечества с другими живыми существами, пришельцами. Причем привычный конвенциональный жанр вторжения НЛО переворачивается: предположение о последовательном разворачивании катастрофы разбивается о стремление пришельцев наладить контакт и сохранить, восстановить мир на Земле. И снова Бондарчук жонглирует глобальными смысловыми категориями. Здесь есть место и всеобъемлющей любви, и человеческим порокам – ненависти, страху, заблуждению, и исследованию семейных ценностей. Создатели «Последнего богатыря», взяв за основу жанр сказки со всеми классическими составляющими, перенесли ее на былинный русский сюжет. Фольклор априори схож по своей конструкции и морали в разных регионах, отличаясь по большей части лишь деталями, именами и некоторыми характеристиками персонажей, магических вещей. Сказка «Последний богатырь» представляется вольной интерпретацией русского фольклора в современном контексте интегрированного мира. Интерес к древнерусским временам и их героям прослеживается и в «Викинге», «Легенде о Коловрате». Имея один и тот же источник – былины, эти фильмы оказываются более серьезными и драматичными исследованиями этого поля. По сути это те же масштабные пеплумы, в которых местом действия становится не Рим, а Древняя Русь, а главными героями – не римские императоры, а русские князья и богатыри.

Помимо установления более «успешно работающих» жанров (в соответствии с теоретическими исследованиями, о которых речь шла в первой главе) в виде доминанты, блокбастеры 2017 года приняли в активный оборот систему копродукций и включение иностранного сегмента в фильмы. Это оказывается важным элементом производства, когда речь идет о рыночной экспансии продукты за пределы внутреннего рынка. «Последний богатырь» (второй после «Движения вверх» русский фильм, занимающий место в топ-пятерке фильмов) – это совместное производство Disney в России и киностудии «Yellow, Black and White». «Движение вверх» и вовсе включает дюжину иностранных, в том числе и американских актеров, и американских локаций. Авторы «Легенды о Коловрате» привлекли к сотрудничеству Сержа Такняна (из рок-группы System of a Down), который занимался музыкой к фильму и участвовал в рекламной кампании фильма. Дистрибуцией «Притяжения» Бондарчука занимались Columbia Pictures и Sony Pictures, что дало возможность вывести фильм в прокат во многих странах, в том числе в Китае и странах Латинской Америки.

Итак, российская киноиндустрия медленно продолжает интегрировать разработанные проверенные стратегии голливудских мейджоров, ставя своей новой задачей покорение не только локального, но и иностранного рынка. Установившаяся на десятилетие тенденция «от глобального к локальному» сменилась новой, более модернизированной идеей «глокализации». Теперь российская киноиндустрия не стремится за лозунгом «у нас свой местный Голливуд», но начинает поиски собственной ниши в международном кинематографическом поле. Продолжая осваивать известные действенные решения касательно зрелищности и увлекательности кинопродукта, российские производители стремятся вывести уникальную черту российского кино, которая будет интересовать и выделять их продукт на международном рынке. В этом смысле «глокализация» кинематографа работает по системе франчайзинговой сети McDonald’s: нечто универсальное и знакомое каждому с точки зрения вкуса, общей системы и предлагаемых элементов, но несколько модифицированное под регион – с использованием местных сырьевых источников и особых местных опций в меню. Представляется, что русский блокбастер находится на этом пути максимального приближения к характеристикам жанра и выявления местных элементов, которые могут быть привнесены в жанр и поданы в выигрышном свете. По завещанию Антона Городецкого (главного героя «Дозоров») – российский блокбастер «выходит из сумрака», апроприируя не только внешний вид и стиль своих американских аналогов, но и нарративную структуру.

# Заключение

Подводя итоги данного исследования, можно сделать следующие выводы. В первой главе нами было определено место блокбастеров в современном кинопрокате, а именно доказано, что посредством новых технологий и обращением к модифицированным установкам «кино аттракционов» эта форма кино возрождает культуру похода в кинотеатры. Во второй главе проводился тщательный и структурированный анализ самого феномена «блокбастер». Там же было выведено рабочее определение явления, которое звучит следующим образом. Блокбастер – это киноаттракцион, в котором зрелищность (spectacle) и нарратив (narration) работают в тандеме для того, чтобы играть с эмоциональными регистрами публики и тем самым, удовлетворяя их зрительские запросы, оставаться прибыльным продуктом киноиндустрии. В третьей главе мы проследили за тем, как взаимодействие зрелищности, повествования и сюжета видоизменялось в соответствии с тенденциями массового российского кинематографа в тот или иной период. Русский блокбастер проделал путь от «народного кинематографа», сделанного в традициях американских жанров 70-х, до продукта, который может быть адаптирован локально в различных регионах.

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что заявленная интуиция о заимствовании голливудской стратегии и одновременной локализации сюжетов и нарратива имела место лишь на нескольких этапах становления массового кинопродукта в России. Процесс возрождения киноиндустрии начинался именно с интенций, вынесенных нами в гипотезу, однако его продолжение в особенности в последние три года с 2016 по 2018 год указывает на новую тенденцию - сохранить «экзотическую изюминку» российских блокбастеров, а в остальном унифицироваться с глобальной формулой.

Этот вывод можно подтвердить, например, одним из самых амбициозных российских проектов, который на данный момент находится в стадии пост-производства. «Вий 2. Тайна печати дракона», который является сиквелом «Вия» (2014), - это фильм, ориентированный одновременно на два рынка: китайский и русский. С одной стороны, его производством занимается Россия (продюсеры и режиссер – русские), в его названии зашифрован определенный культурный код, а в сюжете – исторические факты о России (один из них Великое посольство Петра Первого в Европу). С другой стороны, этот приключенческий фильм по трейлеру выглядит как любой другой голливудский фильм о путешествии («Индиана Джонс» скрещенный с «Пиратами Карибского моря»), а в главных и второстепенных ролях задействованы актеры с мировым именем (Джеки Чан, Рутгер Хауэр, Арнольд Шварценеггер). Из немногочисленных доступных данных о фильме складывается впечатление, что «Вий 2», который продюсеры изначально ориентировали для экспорта в том числе, - тот самый русский блокбастер, который выходит на международную арену, вооружившись полным арсеналом голливудских стратегий и тактик по созданию блокбастеров, но и не забывает об интересах местного зрителя.

# Фильмография

1. «9 рота» (реж. Федор Бондарчук, 2005)
2. «THX 1138» (реж. Джордж Лукас, 1971)
3. «Аватар» (реж. Джеймс Кэмерон, 2009)
4. «Адмиралъ» (реж. Андрей Кравчук, 2008)
5. «Американские граффити» (реж. Джордж Лукас, 1973)
6. «Апокалипсис сегодня» (реж. Фрэнсис Форд Коппола, 1979)
7. «Батальонъ» (реж. Дмитрий Месхиев, 2015)
8. «Беспечный ездок и бешеный бык, или Как поколение секса, наркотиков и рок-н-ролла спасло Голливуд» (реж. Кеннет Баузер, 2003)
9. «Беспечный ездок» (реж. Деннис Хоппер, 1967)
10. «Бешеный бык» (реж. Мартин Скорсезе, 1980)
11. «Бой с тенью» (реж. Алексей Сидоров, 2005)
12. «Бойцовский клуб» (реж. Дэвид Финчер, 1999)
13. «Бок о бок» (реж. Кристофер Кеннелли, 2012)
14. «Бонни и Клайд» (реж. Артур Пенн, 1967)
15. «Брат – 2» (реж. Сергей Балабанов, 2000)
16. «Брат» (реж. Сергей Баланов, 1997)
17. «Бумер» (реж. Петр Буслов, 2003)
18. «Величайший фильм из всех когда-либо проданных» (реж. Морган Сперлок, 2011)
19. «Вий» (реж. Олег Степченко, 2014)
20. «Викинг» (реж. Андрей Кравчук, 2016)
21. «Властелин колец: Братство кольца» (реж. Питер Джексон, 2001)
22. «Властелин колец: Возвращение Короля» (реж. Питер Джексон, 2003)
23. «Время первых» (реж. Дмитрий Киселев, 2017)
24. «Гарри Поттер и Принц-полукровка» (реж. Дэвид Йейтс, 2009)
25. «Движение вверх» (реж. Антон Мегердичев, 2017)
26. «Дневной Дозор» (реж. Тимур Бекмамбетов, 2006)
27. «Дуэль» (реж. Стивен Спилберг, 1971)
28. «Железный человек 3» (реж. Шейн Блэк, 2013)
29. «Звездные войны. Эпизод 4: Новая надежда» (реж. Джордж Лукас, 1977)
30. «Легенда о Коловрате» (реж. Джаник Файзиев, Иван Шурховецкий, 2017)
31. «Матрица» (реж. сестры Вачовски, 1999)
32. «Мстители» (реж. Джосс Уидон, 2012)
33. «Ночной Дозор» (реж. Тимур Бекмамбетов, 2004)
34. «Обитаемый остров: Схватка» (реж. Федор Бондарчук, 2009)
35. «Обитаемый остров» (реж. Федор Бондарчук, 2008)
36. «Последний богатырь» (реж. Дмитрий Дьяченко, 2017)
37. «Прибытие поезда» (реж. братья Люмьер, 1896)
38. «Притяжение» (реж. Федор Бондарчук, 2017)
39. «Салют-7» (реж. Клип Шипенко, 2017)
40. «Скала» (реж. Майкл Бэй, 1997)
41. «Сталинград» (реж. Федор Бондарчук, 2013
42. «Титаник» (реж. Джеймс Кэмерон, 1997)
43. «Турецкий Гамбит» (реж. Джаник Файзиев, 2005)
44. «Хоббита: Пустошь Смауга» (реж. Питер Джексон, 2013)
45. «Человек-паук» (реж. Сэм Рэйми, 2002)
46. «Челюсти» (реж. Стивен Спилберг, 1975)
47. «Черная молния» (реж. Александр Войтинский, Дмитрий Киселев, 2009)

# Список литературы

1. Altman, R. Film/Genre. London: British Film Insitute, 1999.
2. Bordwell D., Staiger J., Thompson K. The Classical Hollywood Cinema. Film Style and Mode of Production to 1960. New York: Columbia University Press, 1985.
3. Bordwell, D. Film history: an introduction. Second Edition. NY: McGraw-HIll, 2003.
4. Bordwell, D. The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies. Los Angeles: University of California Press, 2006.
5. Corrigan, T. The film experience: an introduction. Third edition. NY: Bedford/St. Martin’s, 2012.
6. Film genre reader III / Ed. by Barry Keith Grant. Austin: University of Texas Press, 2003.
7. Gabler, N. Life the movie: How entertainment conquered reality. New York: Vintage Books, 2000.
8. Grainge P. Brand Hollywood: selling entertainment in global media age. London, New York: Routledge, 2008.
9. Hall, S., Neal, S. Epics, Spectacles and Blockbusters. Detroit: Wayne State University Press, 2010.
10. Hansen M. America, Paris, the Alps: Kracauer (and Benjamin) on Cinema and Modernity // Cinema and the Invention of Modern Life. University of California Press, 1996.
11. King, G. New Hollywood Cinema: an introduction. L., NY: L.T. Tauris Production. 2002.
12. King, G. Spectacular Narratives: Hollywood in the age of blockbusters. I.B. Tauris, 2000.
13. Movie blockbusters / Ed. by Julian Stringer. NY: Routledge, 2008.
14. Nelmes, J. Introduction to film studies. Fifth edition. New York: Routledge, 2012.
15. Shone, T. Blockbuster: How Hollywood Learned to Stop Worrying and Love the Summer. London, 2004.
16. The cinema of attractions reloaded / Ed. by Wanda Strauven. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006.
17. Анкета «ИК» Российские режиссеры об отечественном коммерческом кино // Искусство кино, февраль 2012. № 2. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2012/02/anketa-ik> (дата обращения 17.04.2018)
18. Артюх, А. Новый Голливуд: история и концепция. Спб.: Алетейя, 2015.
19. Артюх, А. Реальность без фантастики. Российские фильмы в жанре фэнтези // Искусство кино, июнь 2004. № 6. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2004/06/n6-article14> (дата обращения 05.05.2018)
20. Архангельский, А. Интересно-неинтересно. Как российское кино себя обманывает // Искусство кино, октябрь 2016. №10. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2016/10/interesno-neinteresno-kak-rossijskoe-kino-sebya-obmanyvaet> (дата обращения 14.04.2018)
21. Балабанов / Сост. Л. Аркус, М. Кувшинова, К. Шавловский. Спб: мастерская «Сеанс», 2013.
22. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Краткая история фотографии. Пер. С. Ромашко с нем. М.: «Ад Маргинем», 2013.
23. Березин, О. Государственный протекционизм: польза или вред? // Искусство кино, май/июнь 2017. № 5/6. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2017/05-06/gosudarstvennyj-protektsionizm-polza-ili-vred> (дата обращения 14.04.2018)
24. Бискинд, П. Беспечные ездоки, бешеные быки. Пер. с англ. С. Арбузов. М: Альтернатива, 2007.
25. Битва гигантов. Медиахолдинги: экспансия в кино // Искусство кино, февраль 2012. № 2. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2012/02/media-holdings> (дата обращения 17.04.2018)
26. Блокбастер: перевод на русский. Круглый стол // Искусство кино, декабрь 2005. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2005/12/n12-article2> (дата обращения 14.04.2018)
27. Гусятинский, Е., Дондурей, Д., Зархи, Н. Год российского кино. Это не кризис // Искусство кино, ноябрь 2016. № 11. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2016/11/god-rossijskogo-kino-eto-ne-krizis> (дата обращения 19.04.2018)
28. Дозор как симптом: культурологический сборник / Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.:Фаланстер, 2006. 416 с.
29. Дондурей, Д. Антон Малышев: Риски – сумасшедшие // Искусство кино, апрель 2016. № 4. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2016/04/anton-malyshev-riski-sumasshedshie> (дата обращения 14.04.2018)
30. Жажда новой крови: «Ночной дозор» - технологии коммерческого успеха // Искусство кино, 2004. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kinoart.ru/archive/2004/12/n12-article2> (дата обращения 14.05.2018)
31. Живые и мертвые. О российских фильмах – чемпионах проката. Круглый стол ИК // Искусство кино, февраль 2012. № 2. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2012/02/box-office-champions> (дата обращения 17.04.2018)
32. И вот мы на свободе…Российское кино-2003. Редакционный круглый стол // Искусство кино, январь 2004. № 1. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2004/01/n1-article2> (дата обращения 05.05.2018)
33. Карцев, Н. Юрий Арабов: Посторонним вход воспрещен // Искусство кино, декабрь 2016. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2016/12/yurij-arabov-postoronnim-vkhod-vospreshchen> (дата обращения 30.03.2018)
34. Кокарев И. Кино как бизнес и политика. Современная киноиндустрия США и России. М.: Аспект-пресс, 2009.
35. Комм, Д., Руминов, П. Российское кино: deadline уже близок? // Искусство кино, март 2005. № 3. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2005/03/n3-article1> (дата обращения 17.04.2018)
36. Ларионов, Н. Кассовые сборы: технология прогноза // Искусство кино. № 12, декабрь 2015. URL: <http://kinoart.ru/archive/2015/12/kassovye-sbory-tekhnologiya-prognoza> (дата обращения: 12 мая 2017).
37. Леонтьева, К., Овчинникова, Ю., Синяпкина, К. Кинопоказ: настроения бизнеса // Искусство кино, декабрь 2015. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2015/12/kinopokaz-nastroeniya-biznesa> (дата обращения 13.04.2018)
38. Мера за меру // Искусство кино, май/июнь 2017 май/июнь. № 5/6. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2017/05-06/mera-za-meru> (дата обращения 14.04.2018)
39. Мудрова, С., Поликарпова, С. Кинотеатральный прокат // Обзор российской киноиндустрии. М.: Метрополитан Медиа, 2012.
40. Попов, Л.В., Шитенбург, Л. Новейшая история отечественного кино 1986-2002. Спб.: Сеанс, 2002.
41. Российские мейджоры: «Мы довольны». Об итогах господдержки в 2011 году // Искусство кино, февраль 2012. № 2. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2012/02/rossijskie-mejdzhory-my-dovolny-ob-itogakh-gospodderzhki-rossijskogo-kino-v-2011-godu> (дата обращения 14.04.2018)
42. Российское кино: вступление в новый век. Сборник научных трудов. Федер. агентство по культуре и кинематографии, научно-исследовательский ин-т киноискусства / Сост. М. Е. Зак, И. М. Шилова.
43. Российское кино: как вернуть деньги? Круглый стол ИК с участием ведущих продюсеров // Искусство кино, апрель 2005. № 4. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2005/04/n4-article2> (дата обращения 17.04.2018)
44. Савельев, И. Мы против, но мы за. «Притяжение», режиссер Федор Бондарчук // Искусство кино, май/июнь 2017. № 5/6. [Электронный ресурс] URL: <http://kinoart.ru/archive/2017/05-06/my-protiv-no-my-za-prityazhenie-rezhisser-fedor-bondarchuk> (дата обращения 11.04.2018)
45. Садуль, Ж. История киноискусства от его зарождения до наших дней. Пер. с фр. М.К. Левиной. М.: Издательство иностранной литературы, 1957.
46. Салынский, Д. Наброски к проблеме жанров в кино // Киноведческие записки. 2004. № 69.
47. Самутина, Н. Мельес жив, или магия перевода // Синий диван, 2005, № 7.
48. Сеансу отвечают: что такое русский блокбастер? / Время проекта // Сеанс, 2005. № 23/24.[Электронный ресурс] URL: <http://seance.ru/n/23-24/filmyi-proekt-russkiy-blokbaster/seansu-otvechayut-8/> (дата обращения 14.05. 2018)
49. **Фантастическое кино. Эпизод первый: Сборник статей /** Под ред. Н. В. Самутиной и А. И. Рейтблата. **М.**: Новое литературное обозрение, 2006. 408 с.
50. Хроника кино: 2000-2015 / Со всеми остановками // Сеанс. Спб, 2016. № 64.
51. Шавловский, К. Кино на показ / После паузы // Сеанс. Спб, 2004. № 19/20.
52. Эйзенштейн, С. Монтаж аттракционов [Электронный ресурс] URL: <http://www.tokman.ru/tx18.html> (дата обращения: 11.04.2017)
53. Юсипова, Л. Плюс индустриализация всей страны // Сеанс. [Электронный ресурс] URL: <http://seance.ru/n/19-20/proizvodstvo/plyus-kinoidustrializatsiya-vsey-stranyi/> (дата обращения 05.05.2018)

1. Gunning, T. The cinema of attractions: early film, its spectator and the avante-garde // The cinema of attractions: reloaded. Ed. by Wanda Strauven. Amsterdam Press, 2006. P. 382. «Contrasted to the voyeuristic aspect of narrative cinema analyzed by Metz, this is an exhibitionist cinema… this is a cinema that displays its visibility». [↑](#footnote-ref-1)
2. Gunning, T. The cinema of attractions: early film, its spectator and the avante-garde // The cinema of attractions: reloaded. Ed. by Wanda Strauven, Amsterdam Press, 2006. P. 383. «…a demonstration of the magical possibilities of the cinema.» [↑](#footnote-ref-2)
3. Садуль, Ж. История киноискусства от его зарождения до наших дней. Пер. с фр. М.К. Левиной. М.: из-во иностранной лит-ры, 1957. С. 32. [↑](#footnote-ref-3)
4. Hansen M. America, Paris, the Alps: Kracauer (and Benjamin) on Cinema and Modernity // Cinema and the Invention of Modern Life. University of California Press, 1996. P. 362–363. «…figures as part of the violent restructuration of human perception and interaction effected by industrial-capitalist modes of production and exchange; by modern technologies such as trains, photography, electric lighting, telegraph, and telephone; and by the large-scale construction of metropolitan streets populated with anonymous crowds, prostitutes, and not-quite-so anonymous flâneurs.» [↑](#footnote-ref-4)
5. Самутина, Н. Мельес жив, или магия перевода // Синий диван, 2005, № 7. Стр. 105. [↑](#footnote-ref-5)
6. Бьюкатман, С. Искусственная бесконечность. О спецэффектах и возвышенном // Фантастическое кино. Эпизод первый / Под ред. Н. В. Самутиной и А. И. Рейтблата. М.: НЛО, 2006. Стр 238. [↑](#footnote-ref-6)
7. Подорога, В. Блокбастер. Поэтика разрушения // Фантастическое кино. Эпизод первый / Под ред. Н. В. Самутиной и А. И. Рейтблата. М.: НЛО, 2006. Стр. 281. [↑](#footnote-ref-7)
8. Подорога, В. Блокбастер. Поэтика разрушения // Фантастическое кино. Эпизод первый / Под ред. Н. В. Самутиной и А. И. Рейтблата. М.: НЛО, 2006. Стр. 281. [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же. Стр. 281. [↑](#footnote-ref-9)
10. Gabler, N. Life the movie: How entertainment conquered reality. New York: Vintage Books, 2000. P. 22. «…art was directed at *a* person; entertainment was directed at the largest possible number of *people.»* [↑](#footnote-ref-10)
11. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Краткая история фотографии. Пер. С. Ромашко с нем. М.: «Ад Маргинем», 2013. С. 81-131. [↑](#footnote-ref-11)
12. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Краткая история фотографии. Пер. С. Ромашко с нем. М.: «Ад Маргинем», 2013. С. 81-131. [↑](#footnote-ref-12)
13. Stringer, J. Introduction // Movie blockbusters. NY: Routledge, 2008. P. 2. «a moving target – its meaning is never fixed or clear, but changes according to who is speaking and what is being said.» [↑](#footnote-ref-13)
14. Там же. [↑](#footnote-ref-14)
15. Бискинд, П. Беспечные ездоки, бешеные быки. Пер. с англ. С. Арбузов. М: Альтернатива, 2007. [↑](#footnote-ref-15)
16. Бискинд, П. Беспечные ездоки, бешеные быки. Пер. с англ. С. Арбузов. М: Альтернатива, 2007. [↑](#footnote-ref-16)
17. Бискинд, П. Беспечные ездоки, бешеные быки. Пер. с англ. С. Арбузов. М: Альтернатива, 2007. [↑](#footnote-ref-17)
18. Nelmes, J. Introduction to film studies. Fifth edition. NY:Routledge, 2012. [↑](#footnote-ref-18)
19. Эйзенштейн, С. Монтаж аттракционов [Электронный ресурс] URL: <http://www.tokman.ru/tx18.html> (дата обращения: 11.04.2017) [↑](#footnote-ref-19)
20. Altman, R. Film/Genre. London: British Film Insitute, 1999. P. 14. «genre as a blueprint, as a formula that precedes, programmes and patterns industry production; genre as structure, as the formal framework on which individual films are founded; genre as label, as the name of a category central to the decision and communications of distributors and exhibitors; genre as contract, as the viewing position required by each genre film of its audience». [↑](#footnote-ref-20)
21. Салынский, Д. Наброски к проблеме жанров в кино // Киноведческие записки. 2004. № 69. [↑](#footnote-ref-21)
22. Артюх, А. Новый Голливуд: история и концепция. Спб.: Алетейя, 2015. C. 163. [↑](#footnote-ref-22)
23. Bordwell, D. Film history: an introduction. Second Edition. NY: McGraw-HIll, 2003. С. 730. [↑](#footnote-ref-23)
24. Ковтонюк, Ф.В. Социально-экономические особенности и этапы исторического развития киноиндустрии на примере США и России // Экономический журнал. М.: Из-во Ипполитова, 2016. № 41. [↑](#footnote-ref-24)
25. Попов, Л.В., Шитенбург, Л. Новейшая история отечественного кино 1986-2002. Спб.: Сеанс, 2002. [↑](#footnote-ref-25)
26. Шавловский, К. Кино на показ / После паузы // Сеанс. Спб, 2004. № 19/20 [↑](#footnote-ref-26)
27. Юсипова, Лариса. Плюс индустриализация всей страны // Сеанс. [Электронный ресурс] URL: <http://seance.ru/n/19-20/proizvodstvo/plyus-kinoidustrializatsiya-vsey-stranyi/> (дата обращения 05.05.2018) [↑](#footnote-ref-27)
28. Лидерман, Ю. Авторский способ «разрыва с советским» Т. Бекмамбетова в самом успешном отечественном фильме «Дневной Дозор» // Дозор как симптом: культурологический сборник. Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.: Фаланстер, 2006. С. 151. [↑](#footnote-ref-28)
29. Кувшинова, М. Биография // Балабанов. Спб: Сеанс, 2013. С. 73-80. [↑](#footnote-ref-29)
30. Хроника кино: 2000-2015 / Со всеми остановками // Сеанс. Спб, 2016. № 64. [↑](#footnote-ref-30)
31. Карточка фильма: «Ночной Дозор» // Бюллетень прокатчика. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kinometro.ru/release/card/id/12019> (дата обращения 01.05.2018) [↑](#footnote-ref-31)
32. Сеансу отвечают: что такое русский блокбастер? / Время проекта // Сеанс, 2005. № 23/24.[Электронный ресурс] URL: <http://seance.ru/n/23-24/filmyi-proekt-russkiy-blokbaster/seansu-otvechayut-8/> (дата обращения 14.05. 2018) [↑](#footnote-ref-32)
33. Жажда новой крови: «Ночной дозор» - технологии коммерческого успеха // Искусство кино, 2004. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kinoart.ru/archive/2004/12/n12-article2> (дата обращения 14.05.2018) [↑](#footnote-ref-33)
34. Там же. [↑](#footnote-ref-34)
35. Креатив вместо креативности. Ceci n’est pas un film. Беседа Виктора Мизиано и Александра Согомонова // Дозор как симптом: культурологический сборник. Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.: Фаланстер, 2006. С. 183. [↑](#footnote-ref-35)
36. Жажда новой крови: «Ночной дозор» - технологии коммерческого успеха // Искусство кино, 2004. № 12. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kinoart.ru/archive/2004/12/n12-article2> (дата обращения 14.05.2018) [↑](#footnote-ref-36)
37. Данные в соответствии со статистикой на сайте: <https://www.kinobusiness.com/> (дата обращения 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-37)
38. Хроника кино: 2000-2015 / Со всеми остановками // Сеанс. Спб, 2016. № 64 [↑](#footnote-ref-38)
39. Креатив вместо креативности. Ceci n’est pas un film. Беседа Виктора Мизиано и Александра Согомонова // Дозор как симптом: культурологический сборник. Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.: Фаланстер, 2006. С.174. [↑](#footnote-ref-39)
40. Крылов, К. Разбирая сумрак. // Дозор как симптом: культурологический сборник. Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.: Фаланстер, 2006. С. 121. [↑](#footnote-ref-40)
41. Монгайт, А. «Вий» в 3D: Гоголь перевернется в гробу. [Электронный ресурс] URL: <https://tvrain.ru/teleshow/mongayt/mongajt_vij_v_3d_gogol_perevernetsja_v_grobu-361004/?autoplay=false> (дата обращения 19.04.2018) [↑](#footnote-ref-41)
42. Аронсон, О. Бюрократизация воображения. Фантомы и фантазмы «Ночного» и «Дневного Дозоров» // Дозор как симптом: культурологический сборник. Ред. Б. Куприянов и М. Сурков. М.:Фаланстер, 2006. С.62. [↑](#footnote-ref-42)
43. Данные в соответствии со статистикой на сайте: <https://www.kinobusiness.com/total/2017/> (дата обращения 07.05.2018) [↑](#footnote-ref-43)
44. Данные в соответствии со статистикой на сайте: <http://www.kinometro.ru/> (дата обращения 16.05.2018) [↑](#footnote-ref-44)