

Национальное кино в контексте социологического знания

Николаева Ксения Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: Knikolaeva@hotmail.com

Искусство, в том числе литература, живопись, музыка, театр, кинематограф, танец, а также богатство культурного наследия в целом, служат мощным фактором социального объединения индивидов. Вызывающие гордость, чувство сопричастности они могут послужить инструментом укрепления национальной идентичности. Социология кино, в частности вопросы взаимосвязи кинематографа и национальной идентичности в отечественной социологии недостаточно разработаны. Кино является мощным инструментом социальной идентификации. Являясь частью культуры, оно тем не менее как средство коммуникации обладает специфическими характеристиками и само по себе, без учета содержания является сообщением. В отношении искусства, концепция М. Маклюэна приобретает особое значение, так как «воздействие кинематографической формы никак не связано с тем содержанием, которое ее наполняет» [4]. Анализ исключительно содержания не позволяет предугадать реальное воздействие того или иного фильма на общественность. Понятие «Национальное кино» можно рассматривать в двух аспектах. Первый подразумевает под собой всю совокупность кинопродукции, производящейся в определенном государстве, то есть подразумевает ориентацию на страну производителя. Второй аспект обращается непосредственно к форме и содержанию, включающей определенные ценности, образы и мифы, присущие конкретной нации.

Наибольшего осмысления, в том числе и в социологическом контексте, проблемы взаимосвязи кинематографа и национального строительства достигли в странах, обладающих крупной и развитой киноиндустрией.

Размышления о взаимосвязи кинематографа и нации в социологии начинаются прежде всего исходя из коммуникативных особенностей кинематографа. В этой связи данную проблематику рассматривал немецкий социолог Karl W. Deutch, который представляет кино как одну из форм социальной коммуникации.

Э. Геллнер рассматривает культуру как особого рода поведение и коммуникацию определенного общества [2] (нации), преимущественно уделяя внимание вопросам сплочения нации [6].

Б. Андерсон рассматривает роль культуры в формировании и функционировании «Воображаемых сообществ» в контексте опосредованного общения. Члены воображаемых сообществ «никогда не будут знать большинства своих братьев-по-нации, встречаться с ними или даже слышать о них, в то время как в умах каждого из них живёт образ их общности» [1], а, следовательно, опосредованные механизмы общения будут играть главную роль в формировании национальной идентичности [6].

С. Хейуорт, акцентируя свое внимание на вопросах французского национального кино, рассматривает кинематограф в рамках политической культуры, как средство создания и распространения социальных мифов о нации, как едином сообществе. Она представляет проблему национального кино, как неизбежно приходящую к вопросам тождества и различия [6].

Э. Хайгсон на примере британского кино анализирует его возможности по созданию культурных границ в обществе [6].

Дж. Хилл проводит различие между экономической и культурной составляющей и выделяет два типа кино - национальное кино и кино в государстве, в целом [6].

П. Сорлин в работе, посвященной итальянскому национальному кинематографу посредством исторического подхода демонстрирует динамику национальной аудитории кино [5].

Опыт исследования китайского национального кино принадлежит К. Берри и М. Farquhar. Они представляют анализ не только китайского национального кино, не имеющего широкого распространения за пределами страны, но и китайской транснациональной кинопродукции. В своей работе они детально анализируют динамику китайского кинематографа, систему его образов, особенности формы и композиции, а также связанные с этим социальные аспекты [5].

В отечественной науке вопросы национального кино весьма мало освещены в рамках социологической науки. Не смотря на развитие социологии кино, продолжающееся с 60-х годов XX века, в основном, работы отечественных социологов, посвященные вопросам национального кино, представляют собой анализ американского кинематографа, либо сводятся к общей социологии кино. Большое внимание уделяется не социальной, а экономической составляющей развития национального кинематографа. В частности, подробно рассматриваются вопросы конкурентоспособности российской кинопродукции [3]. Национальные и этнические особенности отечественного кинематографа представлены, чаще всего, в рамках искусствоведения, культурологии и социальной философии.

В современных условиях, Россия, как полиэтничное и поликонфессиональное государство нуждается в механизмах, способствующих укреплению национальной идентичности граждан. Одним из таких механизмов является отечественный кинематограф, обладающий мощными коммуникативными и воспитательными возможностями. Представляется важным дальнейшее изучение данной проблематики именно в контексте социологического знания.

Источники и литература

- 1) Андерсон, Бенедикт. Воображаемые сообщества. — М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2001
- 2) Геллнер Э. Нации и национализм. — М.: Прогресс, 1991
- 3) Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества. — М.: Канон-пресс, 2015
- 4) Маклюэн М. Понимание медиа. — М.: Кучково поле, 2011
- 5) С. Berry, М. Farquhar China on screen: Cinema and nation. Columbia University Press, 2006
- 6) М. Hjort S. MacKenzi Cinema and nation London: Routledge, 2000