

**Московский Государственный Университет
имени М. В. Ломоносова**

Факультет журналистики
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

Стратегия продвижения культурного наследия онлайн
(на материалах советского и зарубежного кинематографа)

Дипломная работа
Студентки V курса
дневного отделения
А. М. Додзиной

Научный руководитель:
Преподаватель
А. А. Ганюшин

Москва 2015

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Произведения классического кинематографа как объекты культурного наследия: историко-правовые аспекты.....	8
1.1. Понятие, виды и международно-правовой статус культурного наследия.....	8
1.2. Кинематограф как часть культурного наследия.....	17
1.3. Шедевры мирового кинематографа.....	22
Глава 2. Общественное достояние.....	30
2.1. Понятие общественного достояния и переход культурного наследия в общественное достояние.....	30
2.2. Перспективы присвоения кинонаследию статуса общественного достояния.....	38
Глава 3. Киноэрудиция как тренд.....	42
3.1. Онлайн стратегия пробуждения интереса к киноискусству.....	43
3.2. Система офлайн мероприятий по продвижению классического кинематографа.....	51
Заключение.....	66
Библиографический список.....	69

Приложение..... 74

Введение

Темой данной дипломной работы является “Стратегия продвижения культурного наследия онлайн (на материалах советского и зарубежного кинематографа)”.

В данной работе мы рассматриваем произведения классического кинематографа как часть культурного наследия, изучаем возможность и перспективы присвоения этому культурному наследию статуса общественного достояния, а также прорабатываем стратегию продвижения классических фильмов с помощью сети Интернет.

Актуальность исследования состоит в том, что сегодня, чтобы быть образованным человеком, необходимо иметь представление об искусстве в разных его проявлениях. Классическую литературу изучают по школьной программе, постоянно сталкиваются с ее воплощением в театральных постановках, художественную культуру также прививают с детства – водят школьников на экскурсии в музеи, на выставки, что касается музыки – люди имеют хоть какое-то представление о ведущих композиторах. А вот знаниями в сфере классического

кинематографа могут похвастаться немногие. Истории кино нет в школьной программе, нет такой дисциплины и в высших учебных заведениях. Грамотное, всестороннее развитие как в интеллектуальном, так и в духовном планах требует изучения кинематографа как искусства. А изучение искусства кино, в свою очередь, требует наличия информации о кино и возможности это кино посмотреть.

Научная новизна исследования заключается в комплексном рассмотрении проблематики недоступности части культурного наследия представителям нового общества, предложении решения этой проблемы на законодательном и на организационном уровнях, а также в построении прогнозов развития общества, имеющего доступ к культурным ценностям.

Объект исследования: культурное наследие.

Предмет исследования: кинонаследие в контексте общественного интереса к нему, исследование методов и инструментов продвижения.

Цель: популяризировать классический кинематограф.

Задачи:

1. Изучить теоретические основы понятия культурного наследия.
2. Охарактеризовать кинематограф как искусство.
3. Рассмотреть возможности перехода кинонаследия в статус общественного достояния.
4. Обозначить схему формирования системы знаний по истории кино.

5. Предложить систему мероприятий, мотивирующую интерес к кинонаследию.

6. Побеседовать с киноэкспертом, узнать его мнение по данной теме.

Методы исследования: теоретический анализ, дедукция, моделирование, систематизация.

Хронологические рамки исследования:

1895 – 1945 – период создания шедевров советского и зарубежного кинематографа, находящихся на данный момент в статусе общественного достояния;

1945 – 1991 – советский кинематограф, который при благоприятном стечении обстоятельств может заблаговременно стать доступным гражданам бывшего СССР.

Рабочая гипотеза исследования: для того, чтобы привить представителям нового информационного общества интерес к культурным ценностям, необходимо сделать эти ценности доступными людям, а также организовать грамотную систему мероприятий, интегрированную с маркетингом.

По структуре дипломный проект подразделяется на введение, три главы и заключение:

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи исследования, составляется характеристика данной работы.

Первая глава посвящена исследованию понятия культурного наследия. Она подразделяется на три подпункта: в первом рассматриваются правовые аспекты культурного наследия, во

втором – история киноискусства как составляющей культурного наследия, а в третьем демонстрируются характерные шедевры мирового кинематографа, классифицированные по странам.

Во второй главе проводится анализ режима общественного достояния. Вторая глава делится на две части: в первой описывается механизм перехода культурного наследия в общественное достояние, а во второй обозначены перспективы культурного развития общества знания.

Третья глава содержит в себе разработанную автором модель продвижения классического кино в массы. Она разделяется на два этапа: пробуждение интереса к кинонаследию у представителей современного интернет-сообщества и предоставление возможности ознакомления с кинонаследием при помощи оффлайн мероприятий.

Заключение содержит основные выводы о проделанной работе и предложения, направленные на выполнение поставленной задачи популяризации классического кинематографа.

Помимо этого, в приложении приведено экспертное интервью с киноведом Андреем Шемякиным, что позволяет посмотреть на ситуацию с классическим кинематографом “изнутри”.

Научно-практическая значимость исследования:

Собранный в данной работе материал и сделанные выводы могут использоваться как один из элементов в системе защиты прав граждан на доступ к культурным ценностям и, как следствие, модернизации законодательства. Описанная в этой работе стратегия продвижения может быть взята за основу и

использоваться в целях популяризации классического кинематографа.

Глава 1. Произведения классического кинематографа как объекты культурного наследия: историко-правовые аспекты

1.1. Понятие, виды и международно-правовой статус культурного наследия

Существует множество разнообразных объектов, которые относятся к культурным ценностям. Они могут различаться по своей природе происхождения, форме, наполнению, истории, а также значению для развития общества. Очевидно, что эти отличия культурных ценностей нашли свое отражение в сфере правового регулирования.

В правовом аспекте существует деление объектов культурного наследия на следующие подразделения:

- Духовные и материальные;
- Движимые/ недвижимые;
- Местного, федерального и общечеловеческого значения;
- Находящиеся в частной, федеральной и муниципальной собственности;
- Научно-исследовательских, культурно-просветительских и учебных целей использования;
- Нуждающиеся в обеспечении сохранности и доступности для осмотра людьми;
- Сохраняющие свое функциональное значение, а значит возможность использования в условиях современного мира.

Анализ юридической литературы в целом и правовых актов, относящихся к сохранению культурного наследия, дает возможность классифицировать культурные ценности следующими критериями:

- В философском аспекте культурные ценности являются определенно выраженным результатом творческой общественной деятельности конкретной исторической эпохи, признаваемым разными поколениями ориентиром для отдельной нации или человечества в целом.
- В правовом аспекте культурные ценности являются уникальными материальными предметами, созданными благодаря деятельности предыдущих поколений, помимо этого имеющие вес с общенациональной или

общечеловеческой точки зрения.

- По внутреннему содержанию культурные ценности разделяются:

а) по родовому признаку могут быть научные ценности и ценности искусства;

б) по видовому признаку:

- научные ценности могут быть археологическими, нумизматическими, историческими и т.д.
- ценности искусства могут относиться к скульптуре и архитектуре, а также быть художественными, музыкальными, кинематографическими и т.д.

В общем, говоря простым языком, культурное наследие составляют достижения, переходящие в новые эпохи от предыдущих поколений. В действительности культурные ценности являют собой национальное богатство государства, и именно от них зависит духовное развитие новых поколений и духовный уровень народа в принципе.

В международном праве в основном используются два наиболее популярных термина: cultural heritage (культурное наследие) и cultural property (культурная собственность). Второй термин также в одном из значений равен понятию “национальное богатство” – отсюда и появилась формулировка на русском языке “культурное достояние”. Понятие “культурное достояние” подчеркивает общенациональное значение термина “культурное наследие” и порой выделяет его отношение к государственной собственности.

Культурное наследие/достояние определенного народа равно по сути всемирному культурному наследию/достоянию, очерченному в международном праве, однако отраженному на национальном уровне.

В толковом словаре русского языка С. Ожегова по данной теме можно прочитать следующее:

Наследие, -я, ср. (книжн.). Явление духовной жизни, быта, уклада, унаследованное, воспринятое от прежних поколений, от предшественников. *Идейное наследие. Наследие прошлого.*¹

Достояние, -я, ср. (книжн.). 1. Имущество, собственность. *Общественное достояние.* 2. перен. Духовные ценности как наследие. *Шедевры искусства - всенародное достояние.*²

Главный критерий этих определений заключается в том, что они относятся к объектам духовного бытия. Они близки по смыслу, равно как и в языках других стран, и являются синонимами.

В Гражданском кодексе Российской Федерации статья 1259 об объектах авторских прав гласит: “Авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческой деятельности, независимо от назначения и достоинства произведения, а также от способа его выражения.”³

Согласно Статье 1281 Гражданского кодекса Российской Федерации о “Сроках действия исключительного права на произведение”, творческое произведение охраняется авторским

1 Ожегов С. И. Словарь русского языка. Под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 1995

2 Ожегов С. И. Словарь русского языка. Под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 1995

3 Гражданский кодекс РФ. Статья 1259 “Объекты авторских прав”. М., 2006 №230-ФЗ (ред. от 31.12.2014)

правом в течение всей жизни и 70 лет после смерти автора, многие произведения охраняются авторским правом в течение 70 лет после обнародования. Если автор жил в период Великой Отечественной войны, срок авторского права увеличивается на 4 года. Если автор произведения был репрессирован и реабилитирован посмертно, срок действия авторского права считается с момента реабилитации автора.⁴

Существует поправка: предусмотренный 1281 статьей срок охраны авторского права на произведение действует в случае, если 50-летний срок охраны авторского права не истек к 1 января 1993 года.⁵

Об этом немного подробнее. Напомним, что до 1 июня 1973 года в нашей стране срок охраны исключительных авторских прав истекал спустя 15 лет после смерти автора или 15 лет после правомерного обнародования произведения. В период с 1 июня 1973 года по 3 августа 1992 действовал увеличенный срок, длиной в 25 лет. 3 августа 1993 года Основами гражданского законодательства срок охраны авторских прав был увеличен до 50 лет. Вероятно новый срок охраны должен был распространяться на произведения, в отношении которых на момент вступления Основ в силу не истекли ранее действующие сроки охраны авторского права. Иначе говоря, в случае истечения сроков охраны, действовавших на произведение до принятия Основами нового положения, произведение не теряло статус общественного достояния и не возвращалось вновь под охрану авторским правом. Однако во время введения в действие Закона Российской

4 Гражданский кодекс РФ. Статья 1281. “Срок действия исключительного права на произведение”

5 Федеральный закон от 18.12.2006 №231-ФЗ

Федерации “Об авторском праве и смежных правах” законодательство обошло этот принцип, в результате чего возникла довольно сложная с правовой точки зрения ситуация.

Обратимся к истории. В 1886 году была принята Бернская конвенция в области авторского права, на сегодняшний день участниками Бернской конвенции являются 167 стран.

13 марта 1995 года к конвенции присоединилась и Россия, обозначив, что “действие Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений не распространяется на произведения, которые на дату вступления этой Конвенции в силу для Российской Федерации уже являются на её территории общественным достоянием”.⁶ Однако 11 декабря 2012 года это заявление было аннулировано нашим правительством в качестве одного из условий вступления России в ВТО.⁷

Бернская конвенция, которая является ключевым образующим элементом действующего международного законодательства, регулирующего авторские права, установила минимальный срок охраны авторских прав на произведение, составляющий 50 лет после смерти автора или 50 лет после обнародования произведения. Одновременно в конвенции присутствует положение о том, что договаривающиеся страны в своих национальных

6 Постановление Правительства РФ от 03.11.1994 г. № 1224 “О присоединении Российской Федерации к Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений в редакции 1971 г., Всемирной конвенции об авторском праве в редакции 1971 г. и дополнительным Протоколам 1 и 2, Конвенции 1971 г. об охране интересов производителей фонограмм от незаконного воспроизводства их (фонограмм)” // Собрание законодательства РФ, 14.11.1994, № 29, ст. 3046/

7 Постановление от 11 декабря 2012 г. №1281 Об отзыве заявления, сделанного при присоединении Российской Федерации к Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений

законодательствах могут устанавливать более продолжительные сроки охраны.

Засчет активного развития технологий и прогресса в сфере торговли, стоимость объектов культуры начинает увеличиваться. Формируются различные бизнес-модели по продаже произведений во всех культурных отраслях: музыке, кинематографу, литературе. В связи со скачком в технологической сфере и открывшимся доступом к средствам создания и копирования произведений, организации, деятельность которых была направлена на изготовление и продажу объектов культуры, начали ориентироваться на массовое производство произведений, доставка которых до конечных потребителей при помощи материальных носителей стала действующим способом обогащения.

Через некоторое время на фоне скорейшей капитализации отраслей музыки и кино, в США, располагающих крупнейшими в мире организациями по созданию объектов культуры, началось активное продвижение законов по увеличению сроков охраны произведений, а также законов, усиливающих наказание за нарушение исключительного права на произведение.

В 1998 году срок охраны авторских прав на произведение в США был в очередной раз увеличен, теперь он составляет 70 лет после смерти автора или 70 лет после обнародования произведения.

В 2006 году Россия приняла четвертую часть Гражданского кодекса, регулиующую права на результаты интеллектуальной деятельности, в которой переняла установленную меру из законодательства США и ввела аналогичный срок охраны исключительного права на произведение.

Также необходимо сказать о ремастеринге (реставрации) произведения. Существует понятие “производное произведение”, которое относится к переработкам исходного произведения. Статья 1228 Гражданского кодекса Российской Федерации утверждает, что автором не может призываться человек, который не внес личный творческий вклад в создание произведения. Перевод с аналогового носителя на цифровой не влечет возникновения авторских прав, однако ретушь звука и изображения порождает новый объект авторского права, что влечет за собой возобновление сроков охраны.

По истечении сроков охраны исключительного права, произведения приобретают статус общественного достояния. При этом законом установлен принцип бессрочной охраны авторства, имени автора и неприкосновенности произведения.⁸ Любой человек может свободно использовать произведения, находящиеся в статусе общественного достояния. В силе остаются личные неимущественные права: право авторства, право на имя, право на защиту репутации автора. Личные неимущественные авторские права неотчуждаемы и непередаваемы иным способом.⁹

Нормативно-правовое регулирование этой сферы происходит с помощью множества актов в законодательстве, касающихся использования культурных объектов, ввоза и вывоза культурных ценностей, а также регулирования различных фондов искусства. В Основах законодательства РФ о культуре указано, что целостность общероссийского архивного, библиотечного, музейного, кино-,

⁸ Гражданский кодекс РФ. Статья 1267

⁹ Гражданский кодекс РФ. Статья 150

фото- и других подобных фондов, а также порядок их сохранения, функционирования и развития обязуется обеспечить государство.¹⁰

Также государство обязано предоставлять любому гражданину возможность без выплаты авторского гонорара реализовывать право на использование литературных произведений, произведений искусства и науки, перешедших в статус общественного достояния, при соблюдении неотчуждаемых авторских прав. Что является реализацией прав граждан на доступ к культурным ценностям.¹¹

Однако, как мы можем заметить, новые и новые поправки в законодательстве лишь ограничивают доступ к культурным ценностям. Установленные законы препятствуют переходу произведений культуры в статус общественного достояния, хотя в интересах государства должно быть развитие культурного уровня населения своей страны. Абсолютно очевидно, что постоянное увеличение сроков охраны исключительных прав осложняет доступ народа к культурному наследию, а зачастую делает его вообще недоступным. Это не соответствует реалиям цифрового мира, ограничивает возможности распространения культуры в обществе, а также мешает развитию и функционированию цифровых библиотек и архивов. Систематическое продление сроков охраны превращает авторское право в вечную монополию.

В качестве решения можно рассмотреть следующее предложение по реформе: необходимо пошаговое сокращение срока охраны авторских прав. Первым шагом необходимо уменьшить срок охраны исключительных авторских прав на произведение до 50 лет после смерти автора или 50 лет с момента

¹⁰ Основы законодательства РФ о культуре. Статья 26.

¹¹ Конституция РФ. Статья 44.

публикации произведения. Данный срок соответствует Бернской конвенции и не выходит за рамки международных соглашений ВТО. Вторым шагом требуется рассмотреть предложение о выходе из Бернской конвенции, поскольку внесение в нее изменений требует общего согласия с вносимыми поправками всеми странами, участвующими в конвенции, а исходя из причин возрастания сроков охраны данное согласие представляется невозможным. Оптимальным решением будет возвращение к положениям Всемирной конвенции об авторском праве, как ее еще называют Женевской конвенции, принятой в 1952 году. Она предусматривает более низкий уровень охраны исключительных авторских прав, минимально равный 25 годам со дня смерти автора или 25 годам с момента правомерной публикации произведения, а также выполнение некоторых формальностей для предоставления охраны авторских прав на произведение, в отличие от Бернской конвенции, согласно которой сам факт создания произведения порождает охрану его авторских прав.

Государственная охрана произведений интеллектуальной деятельности как объектов культуры, не должна допускать нарушения баланса между соблюдением авторских прав и общественными интересами.

1.2. Кинематограф как объект культурного наследия

Создание кинематографа в той форме, которую мы сейчас все отлично знаем, было разграничено на несколько этапов и заняло около двухсот лет.

Первым этапом стало изобретение камеры обскура в 1685 году. Это устройство представляло собой ящик, дающий возможность получать оптическое изображение объектов. Вторым этапом стало изобретение в 1832 году Жозефом Плато фенакистископа – прибора, “оживляющего” рисунок. Происходило это благодаря диску с рисунками разложенного на фазы движения, которые, следуя один за другим, образовывали иллюзию непрерывного движения картинки. Следующий этап относится к 1877 году, когда Эдвардом Майбриджем была изобретена хронофотография, благодаря которой начали фотографировать движения животных и людей, где каждая фаза движения отражалась на фотопластинках. Этот успех послужил началом для его сотрудничества с Этьен Жюль Маре, изучающим в то время движение животных и людей. В 1882 году Маре представил миру фоторужье, служащее для последовательной съемки движения со скоростью до 12 кадров в секунду, которое стало предшественником киноаппарата. Первоначально съемка происходила с помощью пластинки, а в последствии был создан хронофотограф, в котором пластинка была заменена гибкой лентой светочувствительной бумаги – она являлась прототипом киноплёнки. Джордж Истмен в 1884 году изобретает систему фотографирования с помощью роликовой фотопленки и кассеты. В 1887 году Г. Гудвин патентует метод изготовления прозрачной гибкой целлулоидной пленки, после чего его изобретение способствовало мощному рывку в сфере портативной фотографии и кинематографии.

Первыми создателями проецирующих аппаратов, созданных на основе фоторужья Этьена Жюля Маре и других изобретателей

80-х, стали фотографы О. Анцюц и В. А. Дюбюк. Один в 1891, другой в 1892 году создали прибор под названием “Тахископ”. Также почти увенчались успехом попытки в создании кинематографа Иосифа Тимченко и Томаса Эдисона.

В 1892 году Эмиль Рено изобрел оптический театр, который, по сути, являлся кадровым кинематографом. Это был фенакистископ огромного размера, позволяющий видеть картинку нескольким людям одновременно. Картинка при этом отображалась не с круглой пластинки, а с ленты, с закрепленными на ней пластинками, коих было около сотни. Декорации он рисовал отдельно от действующих персонажей и продемонстрировал зрителям первый мультипликационный фильм. Однако официально первым мультфильмом его работу считать нельзя, поскольку киноплёнка не выступала носителем изображения.

28 декабря 1895 года на бульваре Капуцинов состоялся первый в истории кинопоказ фильма “Прибытие поезда”. Благодаря своему синематографу братья Люмьер вошли в историю создателями такого жанра искусства как кинематография.

Первые фильмы длились около полутора минут. Дальнейшее улучшение съемочной техники и проекционных аппаратов способствовало увеличению длительности фильмов, а также привнесло в них целый спектр художественных приемов, например вставки титров в повествование. Кроме того, со временем повысилось качество актерской игры (выразительности мимики, жестов) и режиссерской работы. Кинематограф приобретает популярность, люди экспериментируют, формируются различные жанры, совершенствуются их художественные особенности и

приемы изображения. К 20-м годам немое кино достигает пика и прочно занимает свою нишу в области искусства.

6 октября 1927 года в Нью-Йорке состоялась премьера первой звуковой кинокартины под названием “Певец Джаза” с Элом Джолсоном в главной роли. Этот фильм был выпущен кинокомпанией “Warner Brothers”, дела которой на тот момент шли не самым лучшим образом. Триумф картины означал, что на смену немому кино пришла новая эра - звукового.

В 1931 году появился первый отечественный звуковой фильм под названием “Путевка в жизнь”, который в последствии получил мировое признание. Картина находится в списке величайших фильмов всех времен и народов.

Первый цветной фильм носит название “Танец Лои Фуллер”, он был снят в 1894 году, а после раскрашен вручную. В 1902 году Эдвардом Раймондом Тернером впервые был снят короткометражный цветной фильм. Съемка проходила при помощи цветных фильтров. Однако при такой “раскраске” сильно страдало качество, и режиссеры предпочитали черно-белую съемку. Первым полнометражным цветным фильмом признана картина Рубена Мамуляна “Бекки Шарп” 1935 года.

Произведения искусства создают единое информационное пространство, отражающее быт, культуру, идеалы и историю человечества. Кинематограф является синтезом изобразительного искусства, литературы, музыки, театра и является способом восприятия и познания мира. Искусство кино вот уже более 100 лет представляет огромную ценность как результат творческой

деятельности всех поколений. Человек не может считаться образованным, если не имеет представления об искусстве и, в частности, о кинонаследии. Наша задача – создать условия для того, чтобы представители современного общества были образованными. Для осмысления действительности и формирования грамотной модели взаимодействия с миром необходимо иметь достаточно широкий спектр просмотренных и осмысленных фильмов, по праву признанных шедеврами этого вида искусства. Необходимо включить предмет кино в систему образования. Также существует масса легальных доступных способов послушать музыку и прочесть книгу, однако в России нет подобных легальных источников фильмов. Чтобы исправить это, необходимо создать электронную фильмотеку, которой смогут пользоваться все желающие – школьники, студенты и просто заинтересованные люди.

Создание советских фильмов финансировалось бюджетом государства. Следовательно было бы логично, чтобы права на фильмы советского периода принадлежали гражданам этого государства. Однако помимо культурной ценности классика советского кинематографа в условиях рыночной экономики стала источником больших доходов. После распада СССР правительство постановило передать исключительные авторские права на фильмы киностудиям. В последствии авторские права большинства киностудий перешли фильмофондам, а их объединили и вверили Госфильмофонду. По законодательству в общественном доступе находятся кинокартины, со дня обнародования которых прошло не менее 70 лет, а с учетом поправок этот срок становится еще больше. Отечественное кино, на которое не истекли

исключительные имущественные права, сейчас принадлежит киностудии “Мосфильм” и Госфильмофонду. Соответственно, об этом кинонаследии можно говорить только в сослагательном наклонении и уповать на волю государства, которое способно изменить закон и сделать снятые в СССР фильмы доступными для просмотра. Также необходимо издать специальный указ для создания учебных реестров, содержащих рекомендованную к просмотру классику кинематографа. Что касается иностранных фильмов, срок охраны авторских прав которых еще не истек – они станут доступны, если меценаты или государство захотят приобрести их для нашей будущей библиотеки.

1.3. Шедевры мирового кинематографа

Ознакомившись со списком 100 лучших фильмов, составленным на основе мнений 78 французских режиссеров, продюсеров и кинокритиков и опубликованном в 2008 году в журнале Cahiers du cinéma;

Проведя систематизированный по странам и периодам поиск в каталоге кино (<https://afisha.mail.ru/cinema/all/>);

Проанализировав списки фильмов на медиаресурсе “КиноПоиск”:

“Топ-500” по версии пользователей КиноПоиска (<http://www.kinopoisk.ru/top/lists/1/>);

“Лучшие фильмы о Великой Отечественной войне” (<http://www.kinopoisk.ru/top/lists/97/>);

“Самые оцениваемые” пользователями КиноПоиска (<http://www.kinopoisk.ru/top/lists/186/>);

Изучив каталоги фильмов по периодизациям: до 30-х, 30-е и 40-е на сайте журнала “Афиша” (http://www.afisha.ru/movies/movie_list/);

Изучив рейтинги фильмов в базе данных о кинематографе Internet Movie Database (IMDb) - (<http://www.imdb.com>);

И сопоставив полученную информацию, я составила небольшую ознакомительную подборку некоторых наиболее характерных произведений киноискусства. Эти кинокартины можно по праву считать культурным достоянием – они являются гордостью человечества и общепризнанными выдающимися произведениями искусства.

Наиболее характерные картины немого кино

Франция

“Прибытие поезда” - Братья Люмьер, 1895

“Политый поливальщик” - Братья Люмьер, 1895

“Путешествие на Луну” - Жорж Мельес, 1902

“Страсти Жанны д’Арк” — Карл Дрейер, 1928

“Золотой век” – Луис Бунюэль, 1930

“Андалузский пес” – Луис Бунюэль, 1929

“Атлантида”/”Аталанта” – Жан Виго, 1934

США

“Цирк” - Чарльз Чаплин, 1928

“Мальш” - Чарльз Чаплин, 1921

“Золотая лихорадка” - Чарльз Чаплин, 1925

- “Большое ограбление поезда” — Эдвин Портер, 1903
“Рождение нации” — Дэвид Гриффит, 1915
“Нетерпимость” — Дэвид Гриффит, 1916
“Сломанные побеги” — Дэвид Гриффит, 1919
“Нанук с севера” — Роберт Флаэрти, 1922
“Алчность” — Эрих фон Штрогейм, 1924
“Золотая лихорадка” — Чарльз Чаплин, 1925
“Огни большого города” – Чарльз Чаплин, 1931
“Паровоз Генерал” – Клайд Брукман, Бастер Китон, 1926
“Клеопатра” – Сесил ДеМилль, 1934

Германия

- “Голем” - Хенрик Галеен, Пауль Вегенер, 1915
“Кабинет доктора Калигари” — Роберт Вине, 1919
“Усталая смерть” - Фриц Ланг, 1921
“Доктор Мабузе, игрок” - Фриц Ланг, 1922
“Носферату - симфония ужаса” – Фридрих Мурнау, 1922
“Кабинет восковых фигур” - Пауль Лени, 1924
“Нибелунги” - Фриц Ланг, 1924
“Руки Орлака” – Роберт Вине, 1924
“Последний человек” — Фридрих Мурнау, 1925
“Метрополис” – Фриц Ланг, 1926
“Ящик Пандоры” - Георг Вильгельм Пабст, 1928

Италия

- “Кабирия” – Джованни Пастроне, 1914
“Титаник” - Пьер Анжело Мадзолотти, 1915
“Механический человек” Андре Дид, 1921

СССР

- “Броненосец “Потёмкин” — Сергей Эйзенштейн, 1925
“Мать” — Всеволод Пудовкин, 1926
“Шинель” — Григорий Козинцев, Леонид Трауберг, 1926
“Человек с киноаппаратом” – Дзига Вертов, 1929
“Земля” - Довженко

Некоторые из лучших картин звукового кино 30-х - 40-хФранция

- “Великая иллюзия” - Жан Ренуар, 1937
“Правила игры” - Жан Ренуар, 1939
“Красавица и чудовище” - Жан Кокто, 1946
“Орфей” - Жан Кокто, 1950
“Плата за страх” - Анри-Жорж Клузо, 1953
“Каникулы господина Юло” - Жак Тати, 1953

США

- “На западном фронте без перемен” - Льюис Майлстоун, 1930
“Лицо со шрамом” - Говард Хоукс, Ричард Россон, 1932
“Это случилось однажды ночью” - Фрэнк Капра, 1934
“Новые времена” - Чарльз Чаплин, 1936
“Унесенные ветром” - Виктор Флеминг, 1939
“Волшебник страны Оз” - Виктор Флеминг, 1939
“Мистер Смит едет в Вашингтон” - Фрэнк Капра, 1939
“Гроздь гнева” - Джон Форд, 1940
“Ребекка” - Альфред Хичкок, 1940
“Великий диктатор” - Чарльз Чаплин, 1940

- “Мальтийский сокол” - Джон Хьюстон, 1941
“Гражданин Кейн” - Орсон Уэллс, 1941
“Касабланка” - Майкл Кертиц, 1942
“Двойная страховка” - Билли Уайлдер, 1944
“Лучшие годы нашей жизни” - Уильям Уайлер, 1946
“Эта замечательная жизнь” - Фрэнк Капра, 1946
“Сокровища Сьерра-Мадре” - Джон Хьюстон, 1948
“Бульвар Сансет” - Билли Уайлдер, 1950
“Все о Еве” - Джозеф Лео Манкевич, 1950

Германия

- “Трое с бензоколонки” - Вильгем Тиле, 1930
“Голубой ангел” - Джозеф фон Штернберг, 1930
“М. Город ищет убийцу” - Фриц Ланг, 1931
“Конгресс танцует” - Эрик Чарелл, 1932
“Амфитрион” - Рейнгольд Шюнцель, 1935

Италия

- “Одержимость” - Лукино Висконти, 1943
“Рим, открытый город” - Роберто Росселлини, 1945
“Похитители велосипедов” - Витторио Де Сика, 1948
“Земля дрожит” - Лукино Висконти, 1948
“У стен Малаги” - Рене Клеман, 1949

СССР

- “Путевка в жизнь” - Николай Экк, 1931
“Веселые ребята” – Григорий Александров, 1934
“Цирк” – Григорий Александров, 1936
“Вратарь” – Семен Тимошенко, 1936

- “Волга – Волга” - Григорий Александров, 1938
“Трактористы” – Иван Пырьев, 1939
“Подкидыш” – Татьяна Лукашевич, 1940
“Суворов” – Всеволод Пудовкин, 1940
“Свинарка и пастух” – Иван Пырьев, 1941
“Разгром немецких войск под Москвой” – Леонид Варламов, 1942
“Два бойца” – Леонид Луков, 1943
“Насреддин в Бухаре” – Яков Протазанов, 1943
“В 6 часов вечера после войны” – Иван Пырьев, 1944
“Свадьба” – Исидор Анненский, 1944
“Иван грозный” – Сергей Эйзенштейн, 1944
“Золушка” – Михаил Шапиро, 1947

Я могу долго рассказывать о выдающихся фильмах западного кинематографа 50-х – 80-х, но в рамках данной работы это не актуально. Вероятность попадания этих фильмов в нашу электронную библиотеку, а также в списки народного достояния до истечения сроков охраны авторских прав, установленных законодательством стран, в которых они были произведены, - очень мала.

Некоторые из наиболее характерных советских фильмов
50-х – 80-х

50-е. Период оттепели

- “Максим Перепелица” – Анатолий Граник, 1956
“Карнавальная ночь” – Эльдар Рязанов, 1956
“Весна на заречной улице” – Марлен Хуциев, 1956

“Летят журавли” – Михаил Калатозов, 1957

“Баллада о солдате” – Григорий Чухрай, 1959

“Чистое небо” – Григорий Чухрай, 1961

Шикарные сказки 50-х

“Ночь перед рождеством” – сестры Брумберг, 1951

“Снегурочка” – Иван Иванов-Вано, 1952

“Аленький цветочек” – Лев Атаманов, 1952

“Золотая антилопа” – Лев Атаманов, 1954

“Двенадцать месяцев” – Иван Иванов-Вано, 1956

“Снежная королева” – Лев Атаманов, 1957

60-е. Эпоха комедий

“Полосатый рейс” – Владимир Фетин, 1961

“Гусарская баллада” – Эльдар Рязанов, 1962

“Добро пожаловать, или Посторонним вход воспрещен” – Элем Климов, 1964

“Белое солнце пустыни” – Владимир Мотыль, 1969

“Я шагаю по Москве” – Георгий Данелия, 1963 (каждый фильм этого режиссера великолепен)

“Бриллиантовая рука” – Леонид Гайдай, 1968 (создатель величайших кинокартин всех времен)

70-е. Кино без идеологических установок

“А зори здесь тихие” – Станислав Ростоцкий, 1972

“Большая перемена” – Алексей Коренев, 1972

“Афоня” – Георгий Данелия, 1975

“Ирония судьбы” – Эльдар Рязанов, 1975

“Служебный роман” – Эльдар Рязанов, 1977

“Москва слезам не верит” – Владимир Меньшов, 1979

“Обыкновенное чудо” – Марк Захаров, 1979

80-е.

Серия фильмов “Шерлок Холмс и доктор Ватсон” – Игорь Масленников, 1979-1986 гг.

Каждый должен иметь доступ к этим и другим бессмертным шедеврам, ведь они оказывают огромное влияние на сознание человека, подталкивают его к правильным осмыслениям и выводам, которые позволяют принимать верные решения и формировать корректное отношение в различных ситуациях. Правильное кино развивает глубину, широту и блеск разума, образывает, помогает мечтать, ставить перед собой цели и достигать их. Оно развивает человека как интеллектуально, так и духовно – это лучшее, что можно дать людям – пример.

Я считаю, что материалы классического кинематографа должны непременно стать общественным достоянием, ведь это позволит улучшить отношение к жизни, качество жизни, качество деятельности, а также заложит совершенный фундамент для формирования личности наших будущих детей. Ученье – свет, а неученье – тьма.

Глава 2. Общественное достояние

2.1. Понятие общественного достояния и переход культурного наследия в общественное достояние

Интересы общества делают необходимым постановку вопроса о новой расстановке приоритетов: безусловно, государство обязано беспокоиться о защите авторских прав, но кроме этого есть и другая важная задача – предоставление гражданам своей страны доступа к общественному достоянию.

Международные договоры допускают преобразование национального законодательства при условии сохранения уровня охраны произведений других стран. А это означает, что нам горит зеленый свет, и в данном положении необходим продуманный план действий и заинтересованность со стороны власти.

Кинематографическое наследие СССР в современном информационном пространстве

В настоящее время выполняется работа по присоединению Объединенной государственной киноколлекции к ФГБУК «Госфильмофонд», по завершению которой к Госфильмофонду перейдут права на все фильмы, снятые в СССР и не имеющие на данный момент статус общественного достояния.

Большинство из них невозможно найти в Интернете или посмотреть по телевизору. В указе Президента Российской Федерации «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» от 7 мая 2012 года правительству Российской Федерации в целях дальнейшего сохранения и развития российской культуры поручается «обеспечить поддержку создания публичных электронных библиотек, сайтов музеев и театров в сети Интернет, а также размещение в свободном бесплатном доступе в сети Интернет фильмов и спектаклей выдающихся режиссеров кино и театра».¹²

Согласно Постановлению Верховного Совета Российской Федерации от 09 июля 1993 года «О порядке введения в действие Закона Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах»» авторское право юридических лиц прекращается по истечении 50 лет с момента правомерного обнародования произведения или создания произведения, если оно не было обнародовано.¹³ После в Статье 3 Федерального закона от 20 июля 2004 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об

¹² Указ Президента РФ от 07.05.2012 №597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»

¹³ Верховный Совет РФ. Постановление от 09.07.1993 №5352-1

авторском праве и смежных правах” срок действия авторского права юридических лиц был продлен до 70 лет.¹⁴

Согласно указу Президента Российской Федерации от 4 апреля 2001 г. N 389 “О реорганизации федеральных государственных киностудий” все федеральные государственные киностудии (за исключением Мосфильма) были реорганизованы путем выделения творческо-производственных объединений с последующим их акционированием и сохранением авторских прав на кинофильмы в федеральной собственности за реорганизуемыми предприятиями – фильмофондами. Таким образом, существующие ныне киностудии (за исключением Мосфильма) лишены прав на фильмы, выпущенные в СССР.¹⁵

По итогу в результате преобразования федеральных государственных киностудий было создано 15 фильмофондов. Сразу после их организации было принято решение слияния фильмофондов с целью их укрупнения и, как следствие, создания более благоприятных условий для эффективного исполнения полномочий в отношении закрепленных за ними фильмоколлекций. По этой причине в 2005-2006 гг. была осуществлена реорганизация фильмофондов путем присоединения мелких фильмофондов к более крупным, в результате которой их количество сократилось до 6 основных:

1. ФГУП “Фильмофонд Центральной киностудии детских и юношеских фильмов им. М. Горького”;

14 Федеральный закон от 20.07.2004 №72-ФЗ

15 И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.

2. ФГУП “Фильмофонд Центральной киностудии научно-популярных и учебных фильмов “Центрнаучфильм”;
3. ФГУП “Фильмофонд киностудии “Союзмультфильм”;
4. ФГУП “Фильмофонд Киностудии “Ленфильм”;
5. ФГУП “Фильмофонд Свердловской киностудии”;
6. ФГУП “Фильмофонд студии “Диафильм”.

На базе фильмофонда Союзмультфильма был создан ФГУП “Объединенная государственная киноколлекция”, который объединил перечисленные фильмофонды.¹⁶

По распоряжению Президента Российской Федерации от 20 марта 2012 года ФГУП “Объединенная государственная киноколлекция” реорганизовано и преобразовано в ФГБУК “Объединенная государственная киноколлекция” и вверено Министерству Культуры Российской Федерации.¹⁷ Таким образом, “Объединенная государственная киноколлекция” сливается с ФГБУК “Государственный фонд кинофильмов Российской Федерации”. Госфильмофонд России получает права на фильмы, созданные на следующих киностудиях:

1. Фильмофонд Центральной киностудии детских и юношеских фильмов им. М.Горького, г. Москва;
2. Фильмофонд Центральной киностудии научно-популярных и учебных фильмов “Центрнаучфильм”, г. Москва;

16 И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.

17 Распоряжение Правительства РФ от 20.03.2012 №380-р

3. Фильмофонд Киностудии “Ленфильм”, г. Санкт-Петербург;
4. Фильмофонд Санкт-Петербургской студии документальных фильмов, г. Санкт-Петербург;
5. Фильмофонд Санкт-Петербургской киностудии научно-популярных фильмов, г. Санкт-Петербург;
6. Фильмофонд Свердловской киностудии, г. Екатеринбург;
7. Фильмофонд Западно-Сибирской киностудии Министерства культуры Российской Федерации, г. Новосибирск;
8. Фильмофонд Ростовской киностудии, г. Ростов-на-Дону;
9. Фильмофонд Самарской студии кинохроники, г. Самара;
10. Фильмофонд Нижне-Волжской студии кинохроники, г. Саратов;
11. Фильмофонд Северо-Кавказской студии кинохроники, г. Владикавказ;
12. Фильмофонд Дальневосточной Ордена “Знак Почета” студии кинохроники, г. Хабаровск;
13. Фильмофонд Красноярской киностудии, г. Красноярск;
14. Фильмофонд студии “Диафильм”, г. Москва.¹⁸

Кинокартины, приобретающие статус общественного достояния, выходят из собственности фильмофондов. В отношении

18 И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.

этих фильмов Госфильмофонд выступает исключительно в роли хранилища.

Доступ к копиям

Госфильмофонд представляет из себя самый большой в России киноархив и является одним из самых больших киноархивов во всем мире. Киностудия “Мосфильм” содержит второй по величине киноархив. Хранящиеся в Госфильмофонде фильмы постоянно проходят процедуру оцифровки. Помимо этого, Госфильмофонд может предоставить услугу оцифровки по запросу.

У организации Госфильмофонда имеются в наличии каталоги фильмов, которые находятся прямо на его территории и предоставляются за деньги. Следовательно, для того чтобы иметь представление о всем разнообразии фильмов, хранящихся в Госфильмофонде, надо приехать непосредственно туда и купить каталог. Сведения о наличии какого-то определенного фильма можно получить бесплатно через запрос по электронной почте.

Возможность ознакомления с каталогом фильмов гораздо лучше организована у киностудии “Мосфильма”. Каталог можно посмотреть на их сайте или скачать за 95 рублей. Сайт ФБГУК “Госфильмофонд России” тоже предоставляет возможность интерактивного ознакомления, однако исключительно с немецкими фильмами военного периода. Сведений о советских фильмах, права на которые переходят под юрисдикцию Госфильмофонда от

Объединенной государственной киноколлекции, нет на сайте ни одной из организаций.

Кроме того, на видеопортале Госфильмофонда размещены восемь фильмов советского периода, которые уже перешли в статус общественного достояния. Однако получить кинокартину целиком можно только за отдельную плату, отправив запрос в Госфильмофонд. Для фрагментарного ознакомления также необходимо отправить соответствующий запрос.

Выводы и предложения

Необходимо создать условия для сохранения кинематографического наследия СССР как элемента культуры, имеющего основополагающее значение для России и играющего важнейшую роль в мировой культуре в целом. При этом следует учитывать современные реалии, в том числе доступные технологии и особенности функционирования современного информационного общества, а также место цифровых технологий и роль сети Интернет.

Комплекс рекомендаций и мер:

- Размещение каталогов фильмов в свободном доступе в Интернете.
- Создание условий для сохранности копий всех имеющихся произведений в оцифрованном виде.
- Обеспечение легко доступных систем доступа к цифровым копиям фильмов с помощью сети Интернет для всех групп

- потребителей, организаций с некоммерческими целями, учебных учреждений и частных лиц.
- Организация комплекса мер, направленных на распространение произведений среди всех групп населения, а также на их популяризацию.
 - Применение материалов кинематографа в качестве учебных пособий, а также создание в учебных учреждениях дисциплины, изучающей кинонаследие.
 - Привлечение лиц, имеющих отношение к распространению контента, а также привлечение коммерческих площадок, в сферу деятельности которых входит прямая или косвенная монетизация.
 - Установление свободного распространения контента в сети Интернет как важнейшего элемента популяризации информации в современном информационном обществе.¹⁹

Трансформация понятия “общественное достояние государства”

Поскольку создание кинопродукта финансируется государственным бюджетом, очевидно, что результаты творческого труда должны принадлежать гражданам этого государства.

Переход в статус общественного достояния всех произведений авторских и смежных прав, созданных на территории СССР при

¹⁹ И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.

финансировании из госбюджета в период до вступления в силу части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, надлежит дополнить преобразованием Статьи 1298 Гражданского кодекса Российской Федерации²⁰, а именно: признать общественным достоянием объекты авторских и смежных прав, созданные на средства государственного бюджета.

Поднятие общего уровня образования и культуры граждан должно быть приоритетнее цели получения дополнительной прибыли для организаций культуры и науки, субсидируемых государством. Именно государство обязано проявить внимание к своим гражданам: дать им право на культурное развитие и обеспечить свободный и бесплатный доступ к общественному достоянию в сети Интернет.²¹

2.2. Перспективы присвоения кинонаследию статуса общественного достояния

С появлением интернета наступила новая эра развития человечества и коммуникации его представителей между собой. Благодаря интернету информация стала доступна людям как никогда, так же как и люди стали доступны информации. Сейчас открывается отличная возможность донести до людей ту

20 Гражданский кодекс РФ. Статья 1298. “Произведения науки, литературы и искусства, созданные по государственному или муниципальному контракту”.

21 И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.

информацию, которая будет им полезна, ту информацию, которая сделает их лучше. К тому же, если говорить о духовной составляющей, зачем начинать с конца, пытаться внушить правила поведения, отношения, этики и пр., если можно начать с начала, изменив образ мышления людей? Чем большее количество кинокартин имеет статус общественного достояния, тем грамотнее и правильнее будут развиваться представители нового информационного общества. “Богатство в информационном обществе – это инфраструктура знания и сила личности, имеющая доступ к информации и культурному наследию”.²²

Современные технологии вынуждают прибегнуть к реформам законодательства в сфере авторских прав. На сегодняшний день возникает необходимость в поиске “стратегического баланса между защитой интеллектуальных прав и защитой общественных интересов, интересов государства”.²³ В обязанности государства входит как защита авторских прав, так и обеспечение гражданам доступа к общественному достоянию. Наша страна в силах модернизировать положение в области культуры, науки и образования, а также зафиксировать свою высокую планку передового открытого государства на международной арене.

На данный момент в нашем государстве еще не произошло преобразование исключительного права в сфере кино, а большинство произведений классического кинематографа пока не

22 И. Засурский, В.Харитонов, С. Козловский, А. Алексеева. Авторские права в интернете. Перспективы системы авторского права и поддержка общественного достояния. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2012.

23 И.И. Засурский. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015.

доступны для свободного потребления и качественного усвоения. Однако уже сейчас необходимо подготавливать платформу для продвижения и всестороннего изучения кино, имеющего культурную ценность, в рамках эволюции и роста нового информационного общества, общества знания. Увеличивая область знания благодаря введению статуса общественного достояния в отношении несущих в себе историческую ценность классических, широко известных или не оцененных по достоинству нашим поколением, произведений кинематографа – можно оказать огромное влияние на формирование и интеллектуальное и духовное богатство информационного общества. Это приумножит объем знания, свободно доступного людям, сметет все преграды на пути потребления людьми благотворной информации, а также уменьшит информационное неравенство социальных групп. Такого результата можно достигнуть при помощи создания и продвижения электронной фильмотеки как в национальном, так и международном масштабе.

Алгоритм создания фильмов в Советском Союзе отличался от других стран. Создание кино финансировали не частные лица, а государство, поэтому искусство принадлежало народу. Так было до определенного момента, пока государством не было принято решение делегировать свои права частным компаниям. Получается преобразование некоторой части культурного наследия в общественное достояние формально является возвращением искусства народу, а по значению для становления нашего национального и мирового информационного пространства – вкладом, который невозможно переоценить.

Наше культурное достояние находится в особом положении,

ведь оно имеет отношение ко всем государствам, входившим ранее в состав СССР. Передавая ему статус общественного достояния мы восстанавливаем доступ к нему как для граждан России, так и для граждан бывших республик Советского Союза. Тем самым мы восстанавливаем справедливость и позволяем наследию выполнять свою благую роль еще и в этой сфере – помогать сплочению и культурному объединению наших народов. Помимо того, мы открываем всему миру доступ к нашим культурным ценностям, быть может другие страны оценят эту идею и присоединятся к культурному развитию общества знания, внося в собственное право коррективы касательно общественного достояния, учитывая при этом интересы своих авторов. Пришло время рассмотреть обеспечение свободы информации как одну из общесоциальных функций государства 21 века.

Далее мы предложим и рассмотрим подробным образом систему мер, способствующую повышению у представителей современного информационного общества интереса к кинонаследию и популяризирующую классические произведения советского и зарубежного кинематографа, а также изучим необходимые для этого продвижения инструменты.

Глава 3. Киноэрудиция как тренд

В современном обществе значительно снизился интерес к культурному наследию вообще и к классике мирового кинематографа в частности. Это проблема, ведь классическое кино, как любые произведения искусства, оказывает влияние на формирование личности человека, его морально-нравственных устоев, кругозора, культурного уровня и вкуса.

Так как же преподнести качественное кино так, чтобы его хотели смотреть?

Я предлагаю сделать просмотр старого кино неотъемлемым элементом культурного воспитания современного человека, который идет в ногу со временем. Или, попросту говоря, сделать модным быть образованным.

Современный человек существует в двух плоскостях: реальной и виртуальной. Новые медиа - это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента. С помощью новых медиа мы можем создать тренд - шедевры мирового кинематографа - а люди сами будут участвовать в его продвижении.

3.1. Онлайн стратегия пробуждения интереса к киноискусству

✓Подготовить платформы для связи с аудиторией

Ввиду того что наиболее востребованным средством коммуникации в 21 веке являются социальные сети, можно предположить, что начать продвижение кинонаследия следует с создания в социальных сетях информационных ресурсов - новых аккаунтов и групп, а также выдвинуть предложение уже существующим популярным группам, специализирующимся на кинематографе и его составляющих, разместить у себя информацию об интересующих нас картинах. Вероятно, безвозмездно рекламировать чужую группу никому не интересно, однако это не распространяется на конкретную кинокартину. Следует заметить, что речь идет не о новом фильме, который может оказаться невостребованным, а о классике: снобизм человеческой природы играет нам на руку и позволяет его обладателю почувствовать себя эстетом. Также содействовать продвижению информации о произведениях классического кинематографа могут группы, не имеющие прямого отношения к кино. Это могут быть женские группы о здоровье и красоте - для романтического кино, смешные паблики - для комедий, группы “для успешных мужчин” - фильмы про успешных мужчин, музыкальные группы - для мюзиклов.

✓Заполнить созданные платформы контентом, связанным с кино

Следует учесть, что в пустые группы никто вступать не будет, пустые аккаунты также не будут пользоваться популярностью, поэтому необходимо разместить на этих платформах как можно больше систематически пополняемой информации разных

отраслей. Рассмотрим какой именно:

- Фотографии звезд
- Кадры из фильмов
- Музыка
- Трейлеры
- Интересные диалоги
- Цитаты
- Демотиваторы
- Мемы
- Биографии великих актеров и режиссеров
- История кино
- Интересные факты.

✓Заявить о себе

Во-первых, следует организовать упоминание в прессе, а также в колонках популярных и компетентных блогеров/авторов о зарождающемся тренде на эрудицию в сфере классического кинематографа, а также о скором открытии сезона показов старого кино. Примером людей, специализирующихся на критике в сфере кинематографа, могут выступать:

- Роман Волобуев - журналист, сценарист, кинокритик. Являясь редактором “Афиши”, участвовал в написании путеводителя “500 фильмов, изменивших мир”. На сайте издания вел киноблог “Спойлер” совместно со Станиславом Зельвенским, кроме этого

поддерживал блог “Фильмы и фестивали”. Получил награду “Слон” Гильдии киноведов и кинокритиков России.

- Станислав Зельвенский - кинокритик, кинообозреватель журнала “Афиша”.
- Дмитрий Пучков (Гоблин) - переводчик, писатель и сетевой публицист. Посещаемость его сайта составляет около 70 тысяч человек в сутки. Вошел в состав Общественного совета при Министерстве культуры Российской Федерации.
- Евгений Баженов - ведущий видеоблога “BadComedian” на онлайн - телеканале “СarambaTV.ru”. Помимо видеоблога, в котором автор высмеивает и критикует кино, Евгений ведет канал EvgenComedian или GoodComedian, специализирующийся на теме кино, но уже с более свободным содержанием. Автор создает серьезные обзоры кинокартин, публикует интервью с известными личностями и переводы некоторых видео. Основы его работы синтезируются со специфическим юмором, за который этот персонаж полюбился публике.

Во-вторых, необходимо разместить рекламный слоган/плакат на сайтах массового скопления интересующей нас аудитории (например на сайтах “Афиша”, “TimeOut”, на сайте “Геометрия”). Следует заметить, что таких сайтов должно быть как можно больше – таким образом формируется ожидаемость мероприятия.

✓Вызвать интерес аудитории

Инструментом создания интереса является информация, исходящая из разных источников: аккаунтов и интервью медийных персон, сообщающих о скором запуске нашего проекта, блогеров,

чьими мнениями руководствуются при формировании своего, интернет-изданий СМИ. Таким образом, достижение цели – создание обсуждаемости, а точнее иллюзии обсуждаемости – происходит засчет источников, являющихся примером для подражания и запускающих механизм распространения информации. На данном этапе можно наблюдать превращение классики мирового кинематографа в тренд.

✓Привлечь аудиторию к созданию собственного контента, подобного создаваемому нами на платформах социальных сетей, а также к обсуждению в комментариях, “лайкам” и “репостам”, влекущими к появлению связанного с классикой кинематографа контента в новостных лентах друзей, а вследствие этого, к распространению данной тенденции в паутине сети Интернет.

Наше предположение верно ввиду того, что в век информационных технологий люди следуют общим трендам. Например, у мужчин среднего возраста сейчас в тренде летом передвигаться по городу на самокате, что было совсем не актуально 10 лет назад. Вероятно тогда это выглядело бы комично, однако сейчас подобный выбор делают не отдельные индивиды, а целые группы людей, вследствие чего это воспринимается адекватно. Таким образом этот пример показывает, что собственный выбор и восприятие чужого выбора во многом формируется существующими трендами, а тренды формируются контентом в социальных сетях. Засчет появления фотографий мужчин на самокатах в социальных сетях, встреча такого человека на улице воспринимается вполне естественно, помимо того, вполне вероятно возникновение желания приобретения самоката. Мы

можем заключить, что данный виток развития человечества открывает огромные возможности продвижения продукта в массы, а в данном случае продуктом является чистое, светлое, мудрое кино. Можно предположить, что следуя тенденциям мышления и поведения представители современного общества сделают кинонаследие модным.

✓ Киноискусство – в учащиеся массы

Вероятно, историю кино следует включить в программу общеобразовательных учреждений, а также в обязательную программу высшего гуманитарного образования.

Следует заметить, что кино отражает действительность своего времени, вследствие чего изучение кинематографа существенно обогащает кругозор. Кино отражает моду, исторические события накладывают отпечаток на кинокартины своего периода, кино ставит перед зрителем идеалы. На образы киноактрис ориентировалась прекрасная половина человечества, создавая прически и одеваясь подобно кинодивам того времени, кинокартины демонстрировались людям в военное время для поднятия духа, также с помощью кино велась политическая пропаганда. Кино выступало инструментом для расстановки акцентов, с его помощью людей побуждали к светлым чувствам, к вере в лучшее. Как было отмечено выше, изучение классического кинематографа способствует формированию обширных познаний в разных сферах и может использоваться в качестве базы в процессе изучения других гуманитарных дисциплин. Вероятно, если эрудиция в сфере кинематографа будет закладываться с детства, в

следующих поколениях исчезнет проблема незнания мирового кинонаследия и уровень культуры населения будет гораздо выше.

Следует обратить внимание, что для исправления сложившейся ситуации с незнанием кинонаследия представителями современного общества также будут полезны курсы лекций на темы:

- ✓Мода в кино
- ✓Музыка в кино
- ✓Культура и искусство речи
- ✓Режиссерские и фото-курсы

Проведение публичных лекций, классифицированных по тематике, предоставит аудитории возможность посещать лекции на тему моды, музыки, ораторского искусства, режессуры и фотографии, являющихся составными элементами кинематографа. В результате проведения данных мероприятий люди получают углубленные знания по составляющим кинематографа, а также сформируют представление о классическом кинематографе в принципе. К тому же, благодаря предварительной регистрации мы формируем базу контактов для дальнейшей рассылки уведомлений о намечающихся мероприятиях. Вероятно, проведенное мероприятие найдет отражение в аккаунтах социальных сетей пришедших, что распространит информацию об этом мероприятии по их френдлентам. Также мы можем предположить, что на следующее мероприятие человек пригласит с собой друга, что постепенно расширит круг людей, интересующихся культурным наследием.

✓Разместить фильмы на платформах интернет-кинотеатров

Следует учесть, что заинтересованный зритель должен иметь возможность увидеть само кино. Такую возможность в век информационных технологий могут предоставить легальные интернет-ресурсы. Это уже существующие интернет-кинотеатры, такие как zabava.ru, pow.ru, ivi.ru, twigle.ru и т.д.

Помимо того, на базе интернет-кинотеатров возможен платный просмотр по “предоплатной” модели тех классических произведений кинематографа, которые еще не перешли в статус общественного достояния. Также, для ознакомления возможен бесплатный просмотр по “рекламной” модели. Эта услуга позволяет нам популяризировать даже тот сегмент классического кинематографа, который на данный момент охраняется авторским правом.

✓Накал обстановки – публикация все большего количества “крючков” (демотиваторы со звездами Голливуда, цитаты из кино, музыка, трейлеры). Необходимо создать многофакторное ожидание, а также вести регулярное пополнение контента.

✓Бесплатный показ фильма в нестандартном месте

Данная мера несет рекламный характер. Мы предполагаем, что она вызовет обсуждение в социальных сетях, кроме того, произведет контент: фото, видео, комментарии, пожелания. Дальнейшее распространение контента: лайки, репосты и обсуждения, послужат средством продвижения классического кинематографа в массы.

Дополнительно в месте проведения мероприятия можно поставить специальные стенды для фотографий, на которых будут указаны хэштеги. Например, изображение Кларка Гейбла в белоснежном костюме в натуральную величину или прекрасной Грейс Келли с её аристократичной красотой послужит отличной идеей для фотографии - каждый сможет сфотографироваться с красивейшими людьми Голливуда. Таким образом, подобный “бонус” обязательно найдет отражение в социальных сетях, а под указанными хештегами будет группироваться контент, отражающий суть проведенного мероприятия.

✓Российское кино для зарубежных зрителей

Мы предполагаем, что советская киноклассика для зарубежных зрителей может быть весьма интересна. Вероятно, тут применимы те же механизмы продвижения, что и в России, тем более, что западный зритель более лоялен к платным просмотрам старых фильмов. Отметим, что объем продаваемых DVD там несравним с Россией, как и доходы от VOD. Поэтому знакомство западного зрителя с советской классикой видится проще, чем знакомство российского с зарубежной. Необходимого результата можно достичь при помощи формирования подборок советского кино, например:

- Великие актеры немого кино – Иван Мозжухин, Вера Холодная, Софья Гославская, Вера Каралли, Ольга Книппер-Чехова;
- Экспериментальное кино 20-х – Дзига Вертов, Яков Протазанов;

- Кино 30-х – “Путевка в жизнь”, “Волга – Волга”, “Кубанские казаки”;
- Кино военных лет – “Два бойца”, “В 6 часов вечера после войны”;
- 50-е годы, закат сталинской эпохи – “Падение Берлина”, “Незабываемый 1919 год”;
- Оттепель – “Летят журавли”, “Чистое небо”, “Я шагаю по Москве”, “Коллеги”, “Мой младший брат”;
- Экранизации русской классики – “Война и мир”, “Анна Каренина”, “Дворянское гнездо”;
- Перестроечное кино – “Асса”, “Интердевочка”

Таким образом нам удастся популяризировать советское кинонаследие не только в пределах нашей страны, но и за рубежом. Вероятно, сопереживая персонажам и видя нашу историю не только как сторонний наблюдатель, но и “изнутри”, зарубежный зритель лучше поймет темперамент русского народа, увидит глубину и красоту русской души.

3.2. Система офлайн мероприятий по продвижению классического кинематографа

Приступим к разработке системы мероприятий, имеющих отражение в сети Интернет. Необходимо учесть, что все мероприятия объявляются заранее через социальные сети. В

социальных сетях (“Facebook”, “ВКонтакте”) предоставлена возможность “пригласить на встречу”, что позволит также вести учет ожидаемого количества зрителей. Польза мероприятия заключается не только в ознакомлении с произведением классического кинематографа, но и в “event-составляющей”: это должно быть модное, культурное, развлекательное событие. Таким образом мы стимулируем появление в социальных сетях фотографий, видеозаписей и прочей информации, отражающей мероприятие, тем самым вызывая интерес к последующим мероприятиям, а значит расширяя увлеченную кинонаследием аудиторию.

✓ Кинофестиваль

Фестиваль подразумевает публичную демонстрацию советских и зарубежных фильмов, почетными гостями такого мероприятия часто выступают известные актеры и режиссеры. Во время проведения большинства фестивалей устраивается конкурс кино: фильмам выставляются оценки, по результатам которых победителям вручаются призы. Мы предполагаем, организация такого масштабного события как фестиваль классического кино на открытой площадке окажет сильное влияние на популярность кинонаследия среди представителей информационного общества.

Отметим, что данное мероприятие может иметь разные формы: показ фильмов одного режиссера, показ фильмов с участием определенного актера/актрисы либо показ фильмов единой жанровой тематики. Фестиваль может быть приурочен ко дню рождения режиссера, подарившего миру замечательные картины, ко дню рождения актера/актрисы, к иным событиям или

праздникам.

✓Неделя кино

Под неделей кино понимается неделя кинопоказов, объединенных между собой чем-то общим. Следует обратить внимание, что лучше приурочить неделю кино к знаменательному событию, например ко дню рождения режиссера. Это устанавливает связь исторических событий кинематографа с настоящим временем и несет также учебный характер. Такое мероприятие может включать в себя показы документальных и биографических материалов, фильма о фильме, лекцию кинокритиков, историю работы над фильмом, интересные факты.

Примером может служить неделя фильмов великого режиссера, неделя детского кино определенной страны, а также неделя американского кино, британского кино, французского кино. Необходимо отметить, что их следует устраивать при поддержке отдела культуры посольства (такой есть у посольства каждой страны) или специализированных институтов - организаций, "несущих свет культуры в массы" (из таких институт Гёте и институт Франсез). Как в случае с неделей кино, посвященной конкретному человеку, так и в случае с неделей кино определенной страны - помощь посольства необходима, поскольку оно может пригласить зарубежных звезд, помочь пиаром, частично поучаствовать в рекламном бюджете. Одной из прямых обязанностей подобных организаций является проведение мероприятий, продвигающих культуру их стран.

✓Организация “второй премьеры”

Необходимо заметить, что подобные мероприятия проводятся сплошь и рядом, однако обычно поводом служит выход на большие экраны нового фильма. Можно предположить, что тот же алгоритм применим и для популяризации классического кинематографа. На показ приглашаются известные журналисты, владельцы изданий СМИ, блогеры, медийные персоны, деятели культуры и кино, а также люди, занимающие значимые должности в сфере кинобизнеса (владельцы кинотеатров и люди, отвечающие за контент кинотеатров) - в общем те, кто может быть полезен в популяризации картины, или те, кто в дальнейшем может предоставить площадки для ее демонстрации. Кроме того, на мероприятии присутствуют фотографы и пресса, освещающие это мероприятие. Следует заметить, что по возможности на действие приглашены особые гости – актеры и режиссеры, которые могут рассказать перед показом о создании картины, о ее режиссере, о самом мероприятии. Мы предполагаем довольно затруднительным приглашение иностранных звезд, имеющих отношение к классике кинематографа, а посещение “второй премьеры” нашими великими актерами, сценаристами или режиссерами видится более реализуемым. Таким образом создается светское мероприятие, на котором происходит общение приглашенных гостей в непринужденной обстановке. Отражение данного мероприятия в сети Интернет как со стороны освещающей событие прессы, так и через личные аккаунты приглашенных, является средством популяризации классического кинематографа.

Следует обратить внимание на еще один организационный момент: надо найти партнеров показа, которые получат рекламу в

обмен на организацию фуршета. На месте проведения мероприятия будут размещены рекламные билборды, также всех пришедших гостей будут фотографировать на фоне установленного на входе стенда с изображением логотипов партнеров. Помимо этого, партнерами обычно предоставляется продукция к фуршету, например вино/шампанское и какие-нибудь легкие закуски.

✓Показ блоками или структурирование кинопоказа

Данная мера подразумевает собой подборку фильмов в соответствии с неким поводом. Акция может быть приурочена к какому-либо празднику или периоду времени, когда выбранная тематика наиболее востребована. Например:

- Ночь ужасов с Альфредом Хичкоком;
- Романтическое кино с Одри Хепберн ко Дню Всех Влюбленных;
- Рождество и вдохновляющие фильмы Фрэнка Капры;
- Французское кино ко Дню Независимости Франции;
- Военно-патриотические фильмы ко Дню Победы;
- Ретроспективы к юбилею режиссеров или актеров;
- “Оскарская неделя” – показ фильмов-лауреатов премии “Оскар” перед началом церемонии вручения премий Американской киноакадемии;
- Подборка классических мультфильмов в дни школьных каникул.

Мы предполагаем, что хорошим способом популяризации

кинонаследия может выступать формирование такой подборки, где один фильм будет служить хедлайнером всего кинопоказа (так называемым “паровозом”), остальные – идти в дополнение к основному. Например, такими хедлайнерами могут быть:

- “Римские каникулы” – для ретроспективы Одри Хепберн;
- “Амаркорд” – для ретроспективы Федерико Феллини;
- “Рокко и его братья” – Луигино Висконти;
- “Конформист” – Бертолуччи;
- “Аршин–мал-Аллан” – ретроспектива азербайджанского кино;
- “Летят журавли” – кино оттепели;
- “Человек с киноаппаратом” – экспериментальное документальное кино;
- “Руки Орлака” – немецкий экспрессионизм;
- “Рим – открытый город” – неореализм

и т.д.

Таким образом мы знакомим людей не только с одним конкретным фильмом, но с несколькими, предоставляя зрителю возможность самостоятельно выбрать тематику, а значит удовлетворяя его вкусы. Ввиду того, что большинство фильмов современности построены на фундаменте классического кинематографа, в подборку могут быть включены и современные фильмы. Это позволит зрителям увидеть связь между классическим кинематографом и современным, что вызовет дополнительный интерес к первому.

✓Тематические вечеринки

Можно предположить, что актуальным способом популяризации классического кинематографа будет организация в рамках летних мероприятий тематических вечеринок. Особенность данного мероприятия заключается в том, что приглашенные гости одеты в ретро-стиле, а музыкальное сопровождение позволяет еще больше погрузиться в атмосферу 40-х или 60-х годов. Концепция каждого мероприятия индивидуальна в зависимости от демонстрируемого фильма.

Современным девушкам и молодым людям открывается возможность раскрыть себя в новом образе, преобразиться, посмотреть на себя другими глазами и оказаться в моменте из удивительного, недостижимого, романтического прошлого.

Например, представим: компании, пары, общение, играет музыка, на столах напитки и угощения, мелькают вспышки фотоаппарата. По завершении сбора гостей и легких танцев, все направляются смотреть фильм с мировой иконой стиля 40-х, несравненной Ритой Хейворт. Допустим, романтический нуар “Гилда”, благодаря которому кинодива на долгие годы стала объектом вождления мужчин. Следует предположить, каждый участник этого путешествия во времени останется доволен удивительной атмосферой данного мероприятия и получит незабываемые впечатления. Вечеринка в духе 60-х имеет другой стиль. Романтический образ меняется на утонченный, элегантный. Дивами и того времени были шикарная Элизабет Тейлор и хрупкая Одри Хепберн, иконами стиля среди мужчин были герои кино Алан Делон и Марчелло Мastroяни.

Мы предполагаем, что организация подобных красивых, модных мероприятий, участием в которых можно подчеркнуть не только элегантность своего стиля и утонченность вкуса, а также эрудированность и страсть к прекрасному, будет стимулировать у молодых людей интерес к фильмам, в атмосферу которых они погружались. Следует заметить, что такое мероприятие также будет интересно представителям старшего поколения, а фотографии с проведенных вечеринок в социальных сетях вызовут у многих желание также посетить их, что в совокупности благотворно скажется на достижении поставленной нами задачи – популяризации кинонаследия.

✓Арт-кафе

Отметим, что речь идет о заведениях, в которых наслаждаются не только гастрономическими, но и эстетическими деликатесами. Помимо обычных услуг, эти кафе предоставляют возможность ознакомиться с работами талантливых художников и скульпторов, посмотреть и обсудить фильмы, послушать концерт или принять участие в творческом мастер-классе. В общем, тут можно найти то, что удовлетворит эстетические потребности людей с самыми разными художественными вкусами. Существует несколько наиболее популярных арт-кафе:

- “Капучино”
- “Древо”
- “С утра”
- “Публика”

- “Галерея”
- “Этре”
- “Денди”.

В каждом из перечисленных кафе своя обстановка и индивидуальная программа. Например, в “Публике” можно насладиться созерцанием работ профессиональных фотографов и художников, прослушиванием музыки и обсуждением современного интеллектуального кино. Следует предположить, это является подходящей площадкой для показа произведений классического кинематографа, а также углубленного и разностороннего разбора и обсуждения просмотренной картины. Мягкие диваны, красивая подсветка, расслабляющие кальяны, плакаты величайших актрис Голливуда на стенах и ненавязчивое музыкальное сопровождение соответствующего времени создадут атмосферу, в которую посетители захотят возвращаться вновь и вновь. Вероятно следует учесть, что в подобных заведениях собирается определенная публика – деятели искусства, люди, которые живут культурой. Представители культуры имеют влияние на других, поскольку в этих кругах люди прислушиваются к мнению друг-друга. Таким образом, с помощью Арт-кафе охватывается еще один, очень важный сегмент аудитории.

Описанный выше сегмент расширяется благодаря хипстерам, опирающимся в своих культурных предпочтениях на мнение ярких представителей культурной элиты. Вследствие этого, представители современного общества оказываются вовлечены в процесс ознакомления и углубленного разностороннего изучения кинонаследия.

Также следует обратить внимание на арт-кафе “Галерея”, которое является местом, где кипит культурная жизнь. Художественные экспозиции постоянно сменяют друг-друга, гламурные вечеринки и выступления модных ди-джеев напоминают театральные шоу. Мы предполагаем, что организация тематических мероприятий в этом заведении вызовет интерес к классическому кинематографу среди богемной публики. Элементами достижения предполагаемого эффекта являются плакаты с кадрами из кино, постеры звезд мирового масштаба, ремиксы от модных ди-джеев известных во все времена музыкальных произведений и схожих по жанру современных, создание шикарной богемной обстановки. Что касается любителей спокойного отдыха, в этом заведении имеется зал, где можно будет ознакомиться с подборкой классических фильмов: несколько фильмов с актером на выбор, подборка по жанру, по желанию аудитории или соответствующая тематике сегодняшней вечеринки.

✓Тайм кафе

Рассмотрим следующую площадку для проведения показов классического мирового кинематографа. В Москве существуют так называемые “тайм кафе”, в которых посетители оплачивают только время пребывания. В меню кофе, чай, печенье и прочие сладости, общение с людьми, настольные игры, игры на Playstation, книги и просмотр кино. Заведения подобного формата очень популярны среди молодежи. Однажды я оказалась в таком заведении на Арбате, где на огромном проекторе проводился показ фильма Чарли Чаплина “Золотая лихорадка”. Черно-белое немое кино дополнялось аккомпанементом пианиста, который вживую играл на

протяжении всего фильма необычную джазо-блюзовую музыку, меняющуюся в зависимости от эпизода и усиливающую эмоциональное восприятие каждого отдельного момента. Я получила огромное удовольствие от просмотра! Вероятно будет верным предположение, что не каждому по душе немое кино, каким бы шедевром оно ни являлось. Но если заменить тишину музыкой... Кроме того, следует обратить внимание на подачу: перед показом проводилась зрелищная чайная церемония, по окончании которой всем гостям было предложено продегустировать получившийся чай. Таким образом на описанном мероприятии было создано ощущение приятной располагающей обстановки. Мы предполагаем, что просмотр кино в такой обстановке благотворно скажется на глубине впечатлений, производимых классикой кинематографа на зрителей.

Люди работают практически всю свою жизнь, тратят бесценное время на заработок денег, которые можно обменять на материальные физически ощутимые предметы, а также на впечатления. Так вот впечатления такого рода настолько необычны, эксклюзивны, настолько выделяются на общем фоне, что они, безусловно, будут пользоваться спросом у широкого круга лиц, желающих потратить деньги с удовольствием. Отметим, что пиар-ход при помощи появления информации о посещении подобного мероприятия в аккаунтах социальных сетей медийных персон, популярных блогеров и деятелей культуры окажет желаемый эффект в отношении распространения этой тенденции среди представителей современного общества. Можно предположить, что формирование у широкого круга лиц мнения, что лучшие из них отдыхают таким образом, получают именно такие эмоции,

наполняют свою жизнь такими впечатлениями вызовет желание отдыхать так же. Таким образом культурное наследие становится модным.

✓ Кинопоказы совместно с фешн-событиями

Следует обратить внимание, что звезды классического кинематографа помимо популярности на экранах, одновременно являлись иконами стиля того времени и законодателями моды. Минималистичное черное платье от Givenchy на несравненной Одри Хепберн по сей день является эталоном. Бриджит Бардо со своим немного распушенным и одновременно элегантным стилем была примером для подражания всех женщин. Ввиду того, что в военное время одежда должна была быть удобной, да и мужчины ушли на фронт, мода 40-х имела скорее практичный стиль. Если говорить о 30-х годах, именуемых “Золотой эрой Голливуда”, сразу вспоминаются платья с открытой спиной, текучие линии подола, платья в пол, изысканные отделки и роскошные аксессуары. Красивейшие женщины того времени – невероятная Грета Гарбо и притягательная Марлен Дитрих, образ которой в “Шанхайском экспрессе” останется известным во все времена.

В период великой депрессии, во времена тяжелейшего экономического кризиса, кино было чуть ли не единственной отрадой для души, и женщины брали из него все: идеи макияжа, стиль одежды, прически. Отметим, что речь часто идет о женщинах, потому что они всегда украшали и украшают мир. Именно женщины мотивируют мужчин, именно ради женщин они готовы бороться и даже отдать жизнь. В этот период такие дома моды как “Шанель” и “Ланвэн” выпускали свои коллекции

одежды, открылся дом моды “Нина Риччи”. Необходимо заметить, что именно тогда в старом Голливуде зародился и стал популярен стиль “гламур”, который по сей день является наиболее эффективным. В моду вошли аксессуары: шляпки, перчатки - это был доступный способ придать образу новизну и следовать моде, поскольку средств на новые платья не было. Небрежную элегантность сильного пола несли в массы такие красавцы как Кэри Грант, Гари Купер и Кларк Гейбл, появляющиеся на экранах кино в вошедших в моду фраках и приталенных пиджаках. 30-е годы стали периодом отточенных форм и новаторских идей в пошиве одежды. Модные дома уважают и с трепетом относятся к своей истории.

Вероятно следует организовать показ классического кино, приуроченный к событию из мира моды (выходу новой коллекции модного дома, к его дню рождения) или ко дню рождения иконы стиля того времени. В классическом кинематографе как нигде отражены модные тенденции предыдущих эпох, кино и создавало эти тенденции, совместно с модными домами. Мы предполагаем, что организация подобного мероприятия вызовет у еще одного масштабного сегмента аудитории – следящих за модой людей, интерес к классическому кинематографу и вовлечет их в его изучение. Тем самым, такие мероприятия помогут популяризации кинонаследия среди населения, а значит повышению культурного уровня представителей современного общества.

Как было описано выше, меры по информированию представителей современного общества заложат тенденцию развития популярности культурного наследия. “Мелькание”

фрагментов классического кинематографа на разных информационных ресурсах постепенно приведет к узнаванию контента, включению его в процесс онлайн коммуникации между представителями нового информационного общества. Узнавание и применение фрагментов произведений классического кинематографа в процессе общения стимулирует заинтересованность упомянутыми произведениями. Нахождение в этих кинопроизведениях основ, используемых для формирования сюжетов кинокартин и приемов кинематографа нашего времени, воплощение идей, отраженных в современном, хорошо знакомом зрителям кинематографе, а также всесторонняя обсуждаемость объекта культурного наследия повлекут за собой инициативу изучения раздела кинематографа, признанного классическим.

Лекции по изучению отдельных сегментов кинематографа дадут возможность с помощью разделения киноматериала на отдельные составляющие заинтересовать конкретную аудиторию. Разделение аудитории на отдельные фокус-группы и ориентация на каждую конкретную позволит предоставлять только интересующий аудиторию контент, а значит лучше удовлетворять ее запросы. Это повлечет востребованность лекций среди интересующихся и приведет к популяризации кинематографа в каждой группе.

Включение предмета кинематографа в программу обязательного образования позволит повысить уровень культуры и ширину мышления последующих поколений, а значит на корню увеличит интеллектуальный, духовный и культурный уровень населения нашей страны. А создание государственных фильмотек с рекомендованным к просмотру реестром фильмов сделает культурные ценности легко доступными, что в наше время

является залогом успеха в достижении поставленных задач, в данном случае – популяризации классического кинематографа.

Мероприятия по продвижению классического кинематографа каждое по отдельности и в общей совокупности будут пользоваться успехом среди населения, а также вызовут активный интерес к изучению предметов культурного наследия. Отражение каждого из предложенных автором мероприятий в социальных сетях вызывает “эффект бумеранга”, расширяя круг людей, заинтересованных посещением мероприятий, посвященных произведениям классического кинематографа. Мероприятия создают связи между классическим кинематографом и нашим временем, а значит позволяют культурным ценностям прочно входить в жизнь общества. Данные меры окажут положительный эффект на развитие общества знания, что является достижением успеха в решении рассматриваемой проблемы.

Раскладывая продвижение культурного наследия на предложенные сегменты, можно сделать вывод, что концепция заключается в создании частичной обсуждаемости в различных источниках распространения информации в сети Интернет, что при грамотном проведении оффлайн мероприятий приобретет всеобщие масштабы, благодаря последующему отражению мероприятий в социальных сетях. В данной работе показано, что социальные сети являются платформой распространения информации в современном информационном обществе.

Заключение

В настоящем исследовании мы изучили теоретические основы понятия культурного наследия, выявили необходимым внесение поправок в действующее законодательство с целью создания доступа к культурным ценностям для представителей современного общества - общества знания, составили стратегию продвижения культурного наследия онлайн, отраженную в офлайн мероприятиях.

Каждый человек должен иметь доступ к бессмертным шедеврам искусства, чтобы иметь возможность самостоятельно определить для себя – нравится ли ему оно, интересно или нет. Представители современного общества лишены этой возможности выбора, также как и дополнительной возможности развиваться всесторонне: интеллектуально, культурно, духовно. Эту ситуацию можно изменить при помощи модернизации закона об авторском праве, сократив сроки охраны произведений, или при помощи волевого решения нашего государственного аппарата подарить всем гражданам бывшего СССР возможность смотреть советское кино, как доступ к культурному наследию своей страны. Для систематизации представлений о кинонаследии в принципе, необходимо обеспечить создание электронной библиотеки с базой фильмов, признанных общественным достоянием и

рекомендованных к просмотру, а также гарантировать к ним свободный доступ. Кроме того, в идеале историю кино следует включить в образовательную программу. Государство несет ответственность за общий уровень культуры своих граждан – данные меры существенно повысят уровень культуры в стране и заложат тенденцию всестороннего развития. Кинематограф является комплексным произведением искусства и представляет из себя мощнейший образовательный ресурс. Игнорировать этот потенциал в высшей степени не разумно.

В ходе данной работы было проведено исследование законодательной базы, которое выявило несовременность и неадекватность государственной политики в отношении культурного наследия. Критерии определения статуса общественного достояния для объектов культурного наследия несут исключительно формальный характер. Доступ к объектам культурного наследия затруднен, что мешает исполнению их главного предназначения – повышению культурного уровня населения, что также проявляется в невозможности использования материалов в современных формах визуального искусства. В ситуации развития медиа-коммуникативной технологии в интернете задача продвижения объектов культурного наследия представляется автору не только необходимой, но и возможной.

Создание платформ на базе социальных сетей, а также пошаговая реализация подобной активности отражены в работе на примере создания профильных медиа-платформ, систематизации, организации стимулирования активности пользователей в социальных медиа с последующим контролем эффективности пиар-кампаний.

Чтобы сформировать у представителей современного общества определенное понятие об искусстве кино, в данной работе разработана программа пиар-активности в новых медиа с последующим воплощением пунктов стратегии продвижения в оффлайне: (кинофестивали, недели кино, структурированные кинопоказы, показы в Арт-кафе, кинопоказы совместно с фешн-событиями и т.д.). Экономика внимания в социальных медиа подразумевает эффект усиления воздействия оффлайн-кампании при ее дальнейшем освещении в сети Интернет. В процессе работы над медиа-стратегией была организована консультация с медиаэкспертом, что усилило компетентность автора в данном вопросе.

Решение задачи популяризации культурного наследия инструментами новых медиа не может быть полноценно реализовано без активного включения государственных институтов.

Библиографический список

1. ГОСТ 16876–71. Правила транслитерации букв кирилловского алфавита буквами латинского алфавита. – М.: Изд-во стандартов, 1981.
2. ГОСТ 7.1–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления // Стандарты по издательскому делу. – М.: Экономистъ, 2004.
3. ГОСТ Р 7.05–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления // Основные стандарты для современного книгоиздательского дела. – М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 2008.
4. Гражданский Кодекс Российской Федерации.
5. Конституция Российской Федерации.
6. Основы законодательства Российской Федерации о культуре.
7. Федеральный закон “О высшем и послевузовском образовании” от 22 августа 1996 г.
8. Федеральный закон “Об образовании” от 13 января 1996 г. №12-ФЗ.

9. Алексеева А. О., Засурский И. И., Козловский С., Харитонов В., Авторские права в интернете. Перспективы системы авторского права и поддержка общественного достояния. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2012 г.
10. Близнец И. А., Леонтьев К. Б. Авторское право и смежные права: учеб / под. ред. И. А. Близнеца. — М.: Проспект, 2009. — С. 245-312. — 416 с. — [ISBN 978-5-392-00743-1](#).
11. См. Галенская Л. Н. Музы и право. Правовые вопросы международного сотрудничества в области культуры. Л., Изд-во ленингр.ун-та , 1987 г.
12. Жорж Садуль. Всеобщая история кино / Рязанова В. А. — М.,: “Искусство”, 1958 г.
13. Засурский И. И. Общественное достояние. Новая модель регулирования авторских прав, основанная на концепции общего блага: анализ текущей ситуации и предложения по модернизации института защиты авторских прав, расширения доступа к знаниям и культурным ценностям. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2015 г.
14. Кирия И. В. Методика научных исследований СМИ. Методическая разработка по курсу для студентов V курса. — М.: Ф-т журн. МГУ, 2004.
15. Клименко Б. М. Общее наследие человечества. М., МО., 1989 г.
16. Липчик Д. Авторское право и смежные права = Droit d'auteur et droit voisins. — Пер. с фр.; Предисл. М.А. Федотова. — М.: Ладомир; Изд-во ЮНЕСКО, 2002. — С. 526-643. —

788 с. — 2000 экз. — [ISBN 5-86218-395-7](#) UNESCO 92-3-202837-9.

17. Мильчин А.Э. , Чельцова Л.К. Справочник издателя и автора. — М.: АСТ, 1999.
18. Минков А. М. Международная охрана интеллектуальной собственности. —СПб.: Питер, 2001. — С. 123-132. — 720 с. — ("Закон и практика"). —4000 экз. — [ISBN 5-318-00213-7](#).
19. Ожегов С. И. , Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1995 г.
20. Пиленко А. Международная защита авторского права // [Всемирная иллюстрация](#) : журнал. — 1894. — Т. 51. — № 1310. — С. 162—163.
21. Эко У. Как написать дипломную работу. – М.: Книжный дом “Университет”, 2003.
22. База данных о кинематографе Internet Movie Database (IMDb) - <http://www.imdb.com>
23. Журналистика и конвергенция
https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQellTOWhKQ2taB1k/view?usp=sharing_eid
24. Каталог кино <https://afisha.mail.ru/cinema/all/>
25. Медиалпортал http://www.afisha.ru/movies/movie_list/
26. Медиаресурс “КиноПоиск” - <http://www.kinopoisk.ru>

.....
.....

27. Understanding Culture – Theory Research and Application

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQTVZSek9JdHRJaTA/view?usp=sharing_eid

28. 21centry Media 2010

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQaUZGMWIBYnhTcnM/view?usp=sharing_eid

29. The Architecture of the Visible+

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQTnl3d3JjNWJCTHc/view?usp=sharing_eid

30. Rosenbaum Jonathan – movies as politics

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQWmM1MWxVQ0o0eEE/view?usp=sharing_eid

31. Postmodern media culture

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQdmJtVjg4RXlmbIE/view?usp=sharing_eid

32. Moving image

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQNXh6M2JHSGdNMjQ/view?usp=sharing_eid

33. Arnheim film as art

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQZjV6UTBWdF9PeVE/view?usp=sharing_eid

34. A portrait of the visual arts

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQZIZNYzBLd0xRR3M/view?usp=sharing_eid

35. New Media theory reader

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQaHJadEs4WWtvQkU/view?usp=sharing_eid

36. New Media Handbook

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQWjVvdjhZa0daOVE/view?usp=sharing_eid

37. New Media critical Introduction

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQSmZhVTJHczUxMTA/view?usp=sharing_eid

38. Media Studies dictionary

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQcVEyc2tXZ0NoVFk/view?usp=sharing_eid

39. Glob Media Discourse

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQWjdNcnVwR19ZbFk/view?usp=sharing_eid

40. Convergence Culture

https://drive.google.com/file/d/0B1ky3KmLYvhQRmNDWFhRbk1qWDA/view?usp=sharing_eid

ПРИЛОЖЕНИЕ

Экспертное интервью

Мне удалось побеседовать с культурологом, киноведам и кинокритиком Андреем Михайловичем Шемякиным. Темой беседы были насущность киноклассики в современном мире, пути ее продвижения к зрителю. Андрей Михайлович описал свое понимание ситуации, предложил некоторые решения.

“В начале восьмидесятых в Москве функционировали Высшие сценарно-режиссёрские курсы, проходили регулярные киноведческие семинары в Болшево и в Матвеевском, имели место просмотры для переводчиков в Союзе кинематографистов. Информация была ключом – казалось, что знаешь всё. Мы считали, что пробиваем брешь за брешью в железном занавесе. Формировалось то, что мы называли “модель престижного потребления”.

Мы все еще по инерции мыслим категориями как можно большего охвата аудитории, между тем, давно уже актуален другой алгоритм, в том числе в информационной области, когда не всем – а каждому. Каждому по его любимой картине”.

Мы беспокоимся о стратегии продвижения (и это понятно, ведь кинообразование в кризисе), мы хотим, чтобы работали все институты, фестивали, системы коммуникации, но А.М. считает, что без обратной связи ничего не выйдет. На одном из кинофестивалей, в организации которого он принимал непосредственное участие: на протяжении трех недель организаторы предлагали зрителям списки своих любимых итальянских фильмов, обосновывая значимость каждого, а зрители должны были выбрать, что им больше всего хочется увидеть. Каждую неделю публиковался предварительный список победителей зрительского голосования. А.М. с изумлением обнаружил, что знаменитый приключенческий боевик Дамиано Дамиани “Золотая пуля” находится в самом низу списка, в тоже же время сложнейшая драма Пьера Паоло Пазолини “Птицы большие и малые” оказался в лидерах.

“У нас пока чисто теоретический разговор, в то время как в

социальных сетях уже давно существует возможность промерить аудиторию. Рейтинги – не абсолют. Это только то, что нуждается в интерпретации” – считает Андрей Михайлович. Он уверен, что необходимо соединить вкусы, если угодно, максимально широкие с тем, что он называет “престижным потреблением”. Традиционно считается, что обычных людей интересуют лишь популярные жанры, а классическое кино смотрят высокопоставленные интеллектуалы. В Европе ситуация уже давно иная, там авторское кино мутировало, очень условно его можно назвать “постмодерном”. Это стратегия западных интеллектуалов, которые понимают, что зритель ускользает из рук и надо его приманить заново. В Америке это “слоеный пирог” – суть нового Голливуда, а в Европе это, прежде всего, фестивальные институции. Другими словами, если в Америке самой важной является премия “Оскар”, то, что касается Европы – важнее всего тройка фестивалей: Берлин, Канн, Венеция. Причём у каждого своя стратегия. У нас тоже была своя ниша, мы её потеряли, новую не приобрели.

А.М. считает, что у нас нет массового запроса на кинематограф, и, безусловно, все надо начинать заново, с формирования субкультуры. Кинотеатры, такие как “Пионер”, “35 мм”, “Киноцентр Соловей на Красной Пресне”, “5 звезд на Новокузнецкой”, собирают вокруг себя аудиторию. Существует “Иллюзион”, который показывает в основном старое советское кино. Организовываются интернет-фестивали. Благодаря социальным сетям создается понимание того, что нужно.

Для каждой категории кинематографа можно придумать свой подход. “Вот в “ВКонтакте” мне очень нравится как все продумано – там есть группы, в которые тыходишь, начинаешь с ними

общаться, потом тебя узнают, а потом ты сам становишься одним из лидеров такой группы и уже сам предлагаешь контент. Там существует гибкость в формировании запросов.” А.М. уверен, что сейчас нужно резко институцианизировать кинокритику. Критика занимается в основном тем, что “обслуживает” фестивальньй менеджмент, а вовсе не те интегральные системы, которые могли бы работать так же, как “ВКонтакте”. Нужны путеводители по миру кино. Нужны менеджеры, которые могли бы работать проводниками, объяснять что именно нужно посмотреть., но для этого нужно чётко понимать свою группу. “У меня есть своя аудитория на странице “ВКонтакте”. Люди, которые подписаны на меня, которые читают меня, иногда постят какие-то из моих записей. Помимо этого, есть страница “студии Андрея Шемякина”, - там аудитория едва ли не больше, чем у меня “ВКонтакте”, потому что грамотно проработана и грамотно подана.” То есть один человек даже на уровне любителя может быть грамотным имиджмейкером

“Если вы нашли свою фокус-группу, будьте уверены, вы получите максимум информации с самых разнообразных сторон. Мне кажется то же самое нужно сделать вообще в интернете, в “Facebook”, например, в “Instagram”.

Андрей Михайлович очень внимательно следит за оригинальными идеями в “ВКонтакте”, как ведутся группы о кино, как в блогах, так и непосредственно в социальной сети. Он предлагает эксперимент: соединить абсолютную классику, которую мало кто знает, и то современное кино, которое на эту классику опирается. “Ситуация такова, что люди знают современное кино, но не знают на чем оно основано, на чем оно выросло. Нужно

посмотреть тот или иной фильм, скажем, 37-го или 38-го года, тогда станет понятным многое из современного кино: те же Линч, Альмодовар, Терри Гиллиам. Моё дело, в конечном итоге, прививать вкус к классической культуре, но, при этом, демонстрировать, что она не отгорожена от мира хрустальным забором. Хочешь смотреть мусор – смотри, но понимай, на чем он стоит. А если он на этом стоит, может, это и не совсем мусор. В конечном счёте, это как раз и есть креатив, очень хорошо подхваченный молодыми ребятами, которые делают киноклубы в Сети, как мы делали в своё время в более скудном информационном поле. Ещё раз подчеркну, сегодняшняя аудитория – это большой знак вопроса.”

Социологические исследования в области культуры показали, что исчезла обратная связь между государственными институтами и тем, что называется “культурные элиты”. “Мы по инерции ищем единый рецепт, мыслим тоталитарно. В это время точечно где-то что-то происходит, но масштабного результата не видно. Вот между этими Сциллой и Харибдой нужна интегральная культурная стратегия”.

И главная роль здесь остается за государством. “Государство в этом смысле самый мощный хэдлайнер, потому что именно оно может дать деньги на продвижение.” А.М. предлагает, во-первых, провести анализ всех факторов, во-вторых, развивать новые институты, созданные при участии государства, но без его тотального контроля. Пока всё происходит ровно наоборот. “Наш великолепный аппарат усвоил все приёмы, всю риторику, способ мышления культурной элиты. Волшебное слово “оптимизация” объясняет многое. Сложность нынешней ситуации заключается в

том, у нас всё поставлено с ног на голову. Нормальный рынок - это когда спрос определяет предложение. То есть когда мы ищем потребителя. У нас же предложение определяет спрос. А люди попросту не знают, что им это надо. Необходима совершенно другая информационная политика. Не пропаганда, а именно информационная политика.” Нужны оригинальные сайты, путеводители по ним, оригинальные идеи по продвижению фильмов, стратегия кинотеатров, принципиально новое понимание критики и журналистики. “Всё зависит от того, как подать. Вот, например, вы читали Пушкина, вам понравилось. А знаете что это был за человек? За что его на дуэли убили? Нужно так рассказать о Бергмане, Дрейере, Феллини, Гиллиаме и так найти соединительную ткань, чтобы поймать потребителя”. Мы воспринимаем ситуацию так, что есть зритель, которого надо заинтересовать. А в действительности надо рассказать зрителю, что ему надо знать, что такое кино существует в принципе, а дальше он уже сам решит нужно ему оно или нет. Чтобы заинтересовать зрителя необходимо донести до него историю кино. В частности, зрители могут пойти посмотреть фильм, если будут знать, что что-то произошло на съемочной площадке, имел место какой-то скандал. Нужно придумывать ходы с мощным взрывом креатива. Такие, которые стали бы соединительной тканью между зрителем как потребителем, зрителем как соучастником и зрителем как проектировщиком.

Все хотят, чтобы зритель шел в кино. Мы его агитируем на это, но сами люди никого не интересуют. Нужно интересоваться зрителем: учёт этнокультурных стереотипов, учёт политической ситуации – уверяет Андрей Шемякин. “Французские режисёры

новой волны начинали с конкретики – вот это для меня модель продвижения. Что хочет увидеть человек? Ведь он пока не является заказчиком. Зритель – очень сложная и интересная фигура. А советское кино, будь то массовое, будь то элитарное, какое угодно – имело счастливую возможность зрителя игнорировать”. Как только появлялось нечто похожее на “Белое солнце пустыни” или на “Свой среди чужих”, начиналась дикая паника в кинематографических рядах. Был случай во время первого Московского кинофестиваля 59-го года, когда зрители потребовали купить в прокат “Ночи Кабирии” Феллини. И фильм был куплен. Позже такого уже не случалось. “Феллини – вот кто умел работать на аудиторию, излагая сложнейшие мысли в форме настолько самоочевидной, что не требовалось особого ума, чтобы их прочитать. А если вы больше знаете – вы больше поймёте...”

Российский опыт массовых газет и журналов, библиотек – все это нужно изучать, трансформировать в кино. Это самая заветная идея Андрея Михайловича. Мы кричим “массовая культура!”, но требуем, прежде всего, дичайшего упрощения. А зритель ведь не дурак. При наличии обратной связи становится понятно кому что интересно. У нас считается, что если зритель не дурак – он сам посмотрит. А почему он должен смотреть? Особенно, если он даже не догадывается о существовании того, что он должен смотреть. Пора уходить от стереотипов.

А.М. уверен, для создания электронных библиотек нужен соответствующий уровень культуры. У нас в своё время факт того, что какой-то фильм запрещался, делал ему рекламу автоматически. Нужно смотреть, что рождает спрос. Спрос может быть на сюжет, на жанр, на режиссера, на актёра, на всё что угодно. Надо искать.

“Вот, например, советское кино конца 40-х - начала 50-х. “Здравствуй, Москва!” Юткевича. Вроде бы, тихий ужас. Но два пункта показались мне интересными. Во-первых, сценарий картины писали Эрдман и Вольпин. Эрдмана в этот момент уже выпустили из ссылки, спрос на него есть ещё какой. Кроме того, у меня есть своя рубрика “Москва – Канн – Москва. Диалог гигантов”. Мы рассматриваем каннскую программу 46-го года с точки зрения организации: там были совершенно разные картины, и огромное место занимали мюзиклы. Потом такое кино с фестивалей стало уходить, фестивали стали авторскими. “Здравствуй, Москва!” оказался на этом фестивале. Я думаю зрители с недоумением увидели, как там сочетались музыкальные номера с абсолютно бытовыми сценами – то есть это претендовало на некоторый авангард. Несмотря на то, что эта кинокартина со всех точек зрения ужасна, это своеобразная машина времени – во время просмотра мы оказываемся в 46-м году.” Для каждого фильма можно подобрать оригинальный ход, фишку.

А.М. рассказывает, что есть киногруппа, которая публикует фотографии участников, причём новые фото печатаются каждый раз, когда прибывает новая сотня зрителей. Слоган: “Смотрите кино вместе с нами”. Это соединение лингвистического подхода, социально-экономического подхода, киноведческого подхода, журналистского подхода – мультикультурализм. “Я убеждён, что каждый раз должна быть новая креативная идея, связанная с обратной связью. А что касается конкретно Сети, я могу найти там что-то по кликам, но у меня нет конкретной картины, потому что её никто никогда не создавал – нужен путеводитель. Единая картина может быть, и телевизионная аналитика это подтверждает. Однако

смешно создавать подборки в духе 100 лучших фильмов – кто их авторы? Судьи кто? По каким принципам? Лучшие – понятие очень спорное. Не лучшие, а наиболее характерные.” Сейчас время культурных посредников. Должен быть огромный слой активных культурных посредников, потому что мы сейчас полуколониальная в плане кинообразования страна, мы находимся в ситуации, когда культура оказывается гораздо старше, чем само общество. Надо не стесняться этого, а искать пути к пониманию на всех уровнях.

По мнению Андрея Михайловича, сейчас у нас вместо идеалов – интересы. У нас никак не выстроится многоукладная экономика. Сегодня мы хотим, чтобы государство было меценатом, но при этом не вмешивалось. Однако необходимо, чтобы оно не просто вмешивалось, а формировало свой сегмент и развивало остальные. Государство должно создавать себе конкурентов в частном секторе, а не просто покровительствовать в обмен на лояльность. Это смешно, потому что у сегодняшней власти нет оппонентов, одни конкуренты. Должен быть сформирован запрос на качественную экспертизу по всем линиям. Почему у Горбачёва на начальном этапе всё получилось? Потому что было поколение, оно называется “шестидесятники”, у которого были идеалы. И было ощущение жуткой несправедливости, которую нужно исправить. Сколько проектов было задумано, и сколько из них реализовалось? Победила функциональность в стиле оптимизации.” Независимой позиции нет. Независимость не заменит свободу – свободы хоть залейся, а вот независимости нет. Так вот мой диагноз: то, что сейчас происходит – дрящийся системный кризис. Сформирована новая мифология, запрос на пропаганду. Я заметил такую вещь, что каналы клонировались. То есть РТР, ТВЦ, Первый канал – назовём

их “мэйджоры” – воспроизвели свои же собственные клоны. Телевидение выступает как прообраз Интернета, вы сейчас их противопоставляете, а имеет смысл посмотреть на факты, чтобы понять, почему тот вариант не сработал. Ведь шли в том же самом направлении: один телевизор, 150 каналов. В Нью-Йорке, было 745 каналов в 2011 году, из которых 45 - русские – и все платные. У нас же бесконечные проблемы с подключением, монополизация рынка.” Зритель просто не хочет с этим связываться, он телевизор не включает ещё и потому, что нет разнообразия, которое уже есть в интернете.

В интернете сейчас существует масса отработанных медийных рыночных технологий, как заставить зрителя поставить лайк, но это еще шаг к культуре. “Когда-то мы сделали фестиваль туристического кино “Свидание с Россией”. Возник вопрос, какой придумать слоган? Я его придумал очень быстро: “Открыть Россию России”. Так вот, надо открыть кинематографистам кино. На абстрактного зрителя рассчитывать не нужно, рассчитывать надо на свою фокус-группу, максимально расширенную, а дальше подействует эффект снежного кома. Мысль очень проста: всевозможные информационные сегменты вытащить из понятия “старое кино”. Мы воспринимаем его как историки, но оно может быть интересно своей фактурой, одеждой, лицами – надо всем показать как это было. Голливуд Золотой эпохи старался охватить все категории: зрительские, социальные, возрастные и половые. Многофакторное ожидание, вот на что должна работать критика и все информационные системы. Тогда именно в этом кино можно увидеть многое. Никакого насилия над зрителем: “Ой, вы не видели? Как же я вам завидую, что вы это ещё не видели!”. Совсем

другая модель, совсем другие отношения.” Андрей Михайлович считает, что в этом отношении американцы молодцы. У них идёт расчёт на такого вихрастого троечника, в то время как у нас идёт расчёт на отличника, соревнующегося с другим отличником. У нас сейчас колоссальный разрыв между массовым запросом и индивидуальной стратегией. “Сейчас всё, что препятствует нашей изоляции или самоизоляции – есть благо. В конечном счёте всё, что мы говорим, есть уровень прагматики. Но за ним есть и другой уровень.” - уверяет А.М.

Любое кино можно подать так, что его будут смотреть. Есть грубейший стереотип, что время уже другое – колоссальное развитие технологий, информационного пространства, новые поколения. Андрей Михайлович занимается раскрытием в старом материале новых возможностей. “Главное соединить креатив в новых институциях с теми властными институтами, которые могут быть в этом заинтересованы, и разгадывать загадку зрителя, искать к нему пути, отказавшись от идеи ему что-то внушать и пропагандировать.”

Каждый зритель индивидуален! А.М. говорит “Для меня пират – это двигатель прогресса. Пираты есть там, где нас ещё нет. Со мной категорически не соглашаются люди противоположных политических убеждений. Да, можно быть против, но параллельно необходимо дать альтернативу. Не просто вычищать контент, а придумать форму присутствия картины в соцсетях, такого, чтобы люди захотели её посмотреть.”

Американцы своё кино знают с младых ногтей. Более того, американцы могут сколько угодно нас линчевать за нелегальное использование контента, но при этом они готовы распространять

своё кино по всему миру и имеют такую возможность. Сколькими кинотеатрами нашей страны владеют американцы? Управляющие наши, а владеют американцы. Огромный процент!

“Вообще наш кинематограф – это один огромный парадокс. Аномальная зона. Вещи, которые не должны работать – работают, которые должны работать – не работают. В “Сталкере” есть целый монолог на эту тему: “здесь нельзя стоять, здесь каждую минуту всё меняется”. Поэтому нет механически продлеваемых традиций. Во Франции огромный интерес, но не просто к своему кино, а к своему, которое способно быть эталоном. Вот это тоже разница: захватить или возглавить. У нас сейчас смешались критерии успеха, нам кажется, что преуспевший человек – он успешен. Нет, он просто выгодно воспользовался ситуацией, он завтра может прогореть. Поэтому я сейчас не за информацию, а за интуицию.”

Пыталось ли наше кино нащупать гарантированные ходы? Например, делать клоны американских фильмов. Именно клоны – попытка перенести ситуацию, сюжет на нашу почву. Но обязательно должна быть связь с прошлым. Зачем делать ремейки, если вы не можете сделать эту связку? Тогда получается, что это просто паразитирование – уверяет А.М.. “Я, кстати, вижу, как народ всё больше и больше начинает смотреть сериалы. Смотрят западные, смотрят наши, сравнивают их. Уже 70 % фильмов, которые бывают на Кинотавре - это выборка того, по чему будут снимать сериалы. Безотходное производство.”

На звёзд советского периода сейчас смотрят как на окаменелости. Приглашают, чтобы они рассказали, как было в “те времена”. Нет, не надо вспоминать как когда-то было хорошо, пускай звезда почувствует себя молодой – тоже модель “машины

времени”. Андрей Михайлович предлагает представить 56-й год, людей, которые смотрят фильм “Дом, в котором я живу” Кулиджанова. “Честное кино с очень большим чувством подлинности – каждое поколение кладёт на алтарь победы кого-то из своих. Фильм пользовался очень большим успехом, его любили, там была именно та интонация, которая была нужна. Кроме этого была одна глобальная метафора, которая позволяла оценить историю в целом. После этого появляется фильм “Летят журавли” – это другая планета, космос другой. Через пять лет после этого появляется фильм “Иваново детство” – всё, новый кинематограф родился.” Времена соединяет зрительская память, нужно научиться сопрягать прошлое с настоящим. Культурные механизмы должны быть не отрицающими традиции, а как бы “да, но” или “да, и”.

А.М. считает, что сегодня зрителям могут прийти по нраву драйв-ины – кинотеатры на колёсах. Они появились в 50-е годы, когда Америка резко помолодела, и когда в мире проблема молодёжи стала выходить на первое место как отдельная социальная и социологическая категория. До этого были проблемы поколений, но не проблемы молодёжи. Через два года это начало происходить и во Франции. Люди смотрели кино во всём мире в машинах. Почему? Потому что в машинах удобно целоваться. Вспомним фильм Копполы, который хотели положить на полку, считая неудачным, и который в итоге был признан шедевром – “Американские граффити”. Случилось так, в частности, потому, что сработала история: ретро с одной стороны, молодёжь с другой, и кино с третьей. История построена на характерах, время действия почти как в классицизме – одна ночь. А в конце выясняется, кто и как из этих героев жил дальше, кто погиб на

войне. Большой привет картине 71-го года “Последний киносеанс” Питера Богдановича. “Эти самые драйв-ины в 50-е годы появились как знак раскрепощения, когда у молодёжи появились свои машины. Кстати, у нас в 60-е своя машина являлась знаком величайшего презрения. Это называлось “ты – буржуй”. Поэтому у нас таких кинотеатров и не было. Но если запускать такой проект, то нужно выносить это на обсуждение: “ребята, нужны ли нам такие кинотеатры?”. Потом уже решать, что в них показывать.” И тут Андрей Михайлович предлагает вспомнить фильм Богдановича “Мишени”, Джеймса Дина в картине “Бунтарь без причины” – то есть предлагать уже культурный контекст. “Тогда зритель отреагирует: “ой, как интересно, я не знал, я посмотрю”. Вы выступаете информационным агентом – вас прочитали, и хотят убедиться, правы вы или нет. Будут смотреть потому, что доверяют или потому, что хотят поспорить.” – считает он.