

Адерейко Е.В., студентка 202 гр.

Научный руководитель – Лещенко Н.В.

АМЕРИКАНСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ: ОСОБЕННОСТИ МАССОВОГО КИНО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ КУЛЬТУРУ

Существует две формы распространения культуры – стихийное и организованное. Последнее происходит в том случае, если перенесение культурных норм становится сознательной целью и осуществляется в течение длительного времени правительством. К такой форме можно отнести «американизацию» – процесс усвоения черт американской культуры, американского образа жизни. США уже на протяжении столетия занимает позицию доминирующей державы во всем мире, именно поэтому на основе американских ценностей, образа жизни формируется единая гомогенная культура, которая приводит к формированию массовости в культурном пространстве. Итак, американизация дала толчок для развития мировой массовой культуры, которая распространяется путем развития средств массовой коммуникации – специальных каналов и передатчиков, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории [3]. Таким каналом является кинематограф – кино смотрит каждый, погружаясь в мир событий, происходящих на экране.

Кинематографическое искусство играет очень важную роль в культуре США. Ежегодно кинокомпании Соединенных Штатов Америки выпускают сотни фильмов, привлекающих в кинотеатры миллионы зрителей и приносящих доход в миллиарды долларов.

Американский кинематограф развивался быстрыми темпами, начиная с конца 19 века, когда знаменитый американский изобретатель

Томас Эдисон продемонстрировал свое устройство для показа движущегося изображения – кинетоскоп. Затем, когда в 1895 году братья Люмьер изобрели синематограф, и кино стало стремительно набирать популярность у публики. Тогда же в США появились первые кинокомпании, а к началу XX века их в стране были уже десятки и большинство из них располагались в Нью-Йорке.

В 1910 году кинокомпания Biograph, одна из ведущих в США в то время, впервые снимала фильм в Лос-Анджелесе, Калифорния. Режиссеру Дэвиду Гриффиту понравился поселок Голливуд, расположенный вблизи города. Первым фильмом, снятым в Голливуде, стала картина «В старой Калифорнии», позже в Лос-Анджелес устремились практически все производители кинофильмов. В это время появляется новый вид предприятия, производящего кинопродукцию – киностудия. Большинство из известных нам сегодня американских кинокомпаний были созданы в первой четверти XX века (Paramount Pictures – в 1912 году, Warner Brothers – в 1918 году, Columbia Pictures – в 1919 году, Metro Goldwyn Mayer – в 1924 году и т. д.). Начиналась эра немого кино, о котором знаменитый кинорежиссер Альфред Хичкок говорил как о «самой чистой формой кинематографа». Немое кино подарило миру таких звезд, как Чарльз Спенсер «Чарли Чаплин», Мэри Пикфорд, Дуглас Фэрбэнкс, Бастер Китон, Рудольфо Валентино и многих других.

Все изменилось в середине двадцатых годов XX века. 6 октября 1927 года состоялась премьера первого кинофильма, в котором зрители услышали голоса актеров. Это был фильм «Певец джаза», выход на экраны которого фактически провозгласил начало эры звукового кино. В 1929 году фильм «Певец джаза» был награжден специальной премией «Оскар» за «создание первой звуковой картины, произведшей революцию в

отрасли». И уже скоро, в 1935 году, на экраны вышел первый цветной кинофильм – «Бекки Шарп».

В последующие тридцать лет, до конца пятидесятых, было выпущено тысячи фильмов. Четко определились основные жанры кинофильмов (вестерны, комедии, мелодрамы, мюзиклы, триллеры и др.), сложилась система производства лент, появилось понятие «кинозвезда». В те годы была общепринята «студийная» система, при которой режиссеры, актеры, сценаристы и другие работники кинопроизводства были связаны контрактами с какой-либо конкретной киностудией. Узнать, какая именно студия сняла тот или иной фильм, можно было по актерскому составу картины. При студийной системе в Голливуде больший вес имел продюсер картины, чем ее режиссер. Художественная ценность фильма значила намного меньше, чем приносимая им прибыль. В то же время в период «Золотого века Голливуда» стали известными такие мастера кино, как Кларк Гейбл, Грета Гарбо, Уолт Дисней, Альфред Хичкок и многие другие. В 1939 году был снят фильм, который считается самой успешной (в коммерческом смысле) картиной американского кинематографа – «Унесенные ветром».

Шестидесятые-семидесятые годы XX века известны в истории американского кинематографа как «Новый Голливуд». К началу шестидесятых сложившаяся «студийная» система кинопроизводства начала давать сбои. Причин было несколько, в том числе принятые в США антимонопольные законы и появление телевидения. Для периода «Нового Голливуда» характерен отход от сложившихся стандартов в кино, сильное влияние европейского кинематографа, многочисленные художественные эксперименты. В эти десятилетия впервые прозвучали такие знаменитые имена, как Стивен Спилберг, Фрэнсис Коппола, Джордж Лукас, Мартин Скорсезе, Роман Полански и другие. В семидесятых годах появляется

понятие блокбастера – фильма с большим бюджетом и большими кассовыми сборами. Среди первых блокбастеров Голливуда называют «Челюсти» и «Звездные войны».

Современный американский кинематограф – это в первую очередь зрелищные фильмы с бюджетом в десятки и сотни миллионов долларов. В значительной степени успех фильма в прокате зависит от снявшихся в нем «звезд» - известных актеров, полюбившихся зрителям. В настоящее время с развитием «масс-маркета» кинематограф все чаще рассматривается не как «возвышенный», элитарный вид искусства, а, прежде всего, как «развлекательный» продукт массового потребления [1].

Сам феномен массовой культуры основан на тиражирование культурных ценностей, ориентированных на массовое общество. Массовая культура представляет собой противоположность элитарной культуре. Массовый кинематограф не только удовлетворяет потребительский спрос, но также создает его. Массовый кинематограф делает упор непосредственно на получение наслаждения зрителем. Кроме того, кинематограф способствует закреплению и показу общих ценностей, характерных для того или иного периода времени или же для нации в целом.

Массовый кинематограф раскрылся во всей полноте во времена Великой Депрессии, когда у многих американцев не было работы, не было возможности прокормить семью, они на последние деньги покупали билеты в кино, приходили в переполненные залы, чтобы посмотреть на американскую мечту, насладиться недостижимой жизнью, оказаться в другом мире.

В современном мире большую часть фильмов, выходящих на экраны кинотеатров, составляют картины американского производства.

Современный массовый кинематограф привлекает зрителя следующими особенностями:

- во-первых, это техническая оснащенность и зрелищность фильмов. Зрелищность напрямую зависит от бюджета картины, так, культовый фильм-катастрофа «Титаник» 1997 года обошелся его создателям в 200 млн. долларов. Также в пример можно привести «Аватар» – самый кассовый фильм всех времён в Северной Америке и в России. Оглушительный успех картине принесли бесчисленные спецэффекты, красочные пейзажи и герои, радующие глаз на протяжении всего просмотра;

- следующей причиной привлекательности американских кинопродуктов являются типичные образы, представленные на экране. Ведущими героями фильмов являются герои-одиночки, преодолевающие обстоятельства и добивающиеся победы, чего бы им это не стоило (Человек-паук, Бэтмен). С другой стороны, несмотря на многообразие положительных героев и кинолент, американский кинематограф создавал и продолжает создавать образы отрицательных героев. Стереотипизированные отрицательные персонажи – это коррупционер, наркоторговец, продажный полицейский, террорист [5, с.45];

- третья особенность – созданная Америкой плеяда кинозвезд, имидж и популярность которых создаются не только актерскими способностями и конкретным вкладом в киноискусство, но и так называемой «системой звезд», предполагающей целенаправленный поиск и «раскрутку» талантов [4].

Кино оказывает влияние на формирование стереотипов – образов и представлений о группе людей или явлениях, созданных другой группой, культурой. Под влиянием голливудского кинематографа у зрителя складывается представление о той или иной стране. Американские

ценности оказывают серьезное влияние на зрителей других стран. На основе культурологических источников можно выделить следующий список основных американских ценностей: прямолинейность, индивидуализм и личная свобода, потребительство, демократия в общении [5, с. 72].

Анализируя влияние американского кинематографа на мировую культуру, можно сделать вывод, что кино может выступать как средством пропаганды, так и средством коммуникации. Американский кинематограф, завоевавший симпатию зрителей по всему миру, оказывает влияние на современного человека, его культуру, мировоззрение, вкусы, интересы и привычки.

1. Кинематограф как средство массовой коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа / <http://cinelives.blogspot.ru/> . Дата доступа: 15.03.2017.

2. Кинематограф США [Электронный ресурс]. – Режим доступа / <http://prousa.info/> . Дата доступа: 16.03.2017.

3. Особенности внешней политики США [Электронный ресурс]. – Режим доступа / <http://www.geopolitica.ru> . Дата доступа: 15.03.2017.

4. Трепакова, А.В. Современное американское кино в социально-культурном аспекте/ А.В. Трепакова. – М: МГУ, 2003. – 165 с.

5. Трепакова, А.В. Ценности американского кино/ А.В. Трепакова. – М: КДУ, 2007. – 112с.