

DOI: 10.24290/1029-3736-2023-29-2-120-139

КИНО КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА: ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО КИНЕМАТОГРАФА

Т.С. Мартыненко, канд. социол. наук, доц. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, МГУ, Ленинские горы, 1, стр. 33, Москва, Российская Федерация, 119234*

В статье рассматривается кинематограф как предмет социологического анализа. Представлены подходы к концептуализации термина “кинематограф”, выявляется их специфика. Кинематограф рассматривается в качестве вида искусства, средства массовой информации и коммуникации, социального института и индустрии экономики. Выделяются функции и роль кинематографа в обществе.

Особое внимание в статье уделяется особенностям современного кинематографа, среди которых выделяются три основные — глобализация кинематографа, изменение модели производства кино и сериализация кинематографа. В контексте анализа глобализации кинематографа рассматриваются особенности производства и потребления кино. Выделяются позитивные и негативные социальные последствия процесса глобализации в сфере кинематографа. Подчеркивается, что особую роль в эпоху глобализации приобретает государство, которое способно регулировать и контролировать процесс распространения кинопродукции. Анализируется неравенство в сфере кинопроизводства.

В статье представлены характеристики современной модели кинопроизводства, связанные с высоким уровнем конкуренции в сфере киноиндустрии, а также контролем в области защиты прав на интеллектуальную собственность. Как следствие, в современном кинематографе часто встречается расширение сюжетных линий и создание ремейков, приквелов, сиквелов и кроссоверов. Описываются причины этого процесса, такие как коммерциализация, нежелание идти на риск, ориентация на массового потребителя и другие. В качестве третьей значимой черты современного кинематографа рассматривается сериализация. Анализируются социально-психологические, философские трактовки этого процесса. Представлена история сериализации, ее основные этапы и их характеристики. В заключении на основе проведенного анализа делается вывод о потенциальных траекториях развития современного кинематографа.

Ключевые слова: кинематограф, социология кино, кинематографический процесс, глобализация, сериализация, кинопроизводство, кинопотребление.

* Мартыненко Татьяна Сергеевна, e-mail: ts.martynenko@gmail.com

CINEMA AS A SUBJECT OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS: FEATURES OF MODERN CINEMATOGRAPHY

Martynenko Tatiana S., PhD in Sociological Science, Associate Professor, Department of Modern Sociology, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: ts.martynenko@gmail.com

The article analyzes cinema as a subject of sociological analysis. Approaches to the conceptualization of the term “cinema” are considered, their specificity is revealed. Cinematography is presented as an art form, mass media and communication, a social institution, and an industry of the economy. The functions and role of cinema in society are highlighted.

Particular attention is paid to the features of modern cinematography, among which there are three main ones — the globalization of cinematography, the change in the model of film production and the serialization of cinematography. The positive and negative social consequences of the process of globalization in the field of cinema are highlighted. It is emphasized that the state, which can regulate and control the process of distribution of film products, acquires a special role in the era of globalization. The inequality in the field of film production is analyzed.

The article presents the characteristics of the modern film production model associated with a high level of competition in the film industry, as well as control in the field of protection of intellectual property rights. In modern cinema, it is common to expand storylines and create prequels, sequels, and crossovers. The reasons for this process are described, such as commercialization, unwillingness to take risks, focus on the mass consumer, and others. Serialization is considered as the third significant feature of modern cinema. The history of serialization, its main stages and their characteristics are presented. In conclusion, potential trajectories for the development of modern cinema are presented.

Key words: cinematography, sociology of cinema, cinematic process, globalization, serialization, film production, film consumption.

История кинематографа сегодня насчитывает более сотни лет. И хотя кино представляет собой один из самых молодых видов искусства, оно по-прежнему является самым популярным и широко распространенным. Жизнь современного человека сложно представить без кино. Старшее поколение привыкло пересматривать на Новый год “Иронию судьбы”, для молодежи совместный просмотр фильмов в кинотеатре или дистанционном формате является привычным способом проведения досуга, поход в кино с родителями для детей представляет собой не только возможность провести время вместе, но и посмотреть долгожданную премьеру, насладиться художественными приемами и спецэффектами. Кино заставляет нас смеяться, плакать, сочувствовать. Кино отражает нашу жизнь и одновременно меняет ее. Эти изменения могут быть незначительными, как, например, повсеместное распространение стрижки “как

у Рэйчел” из сериала “Друзья”¹, а могут и нести за собой серьезные социальные реформы, что произошло после выхода фильма “Паразиты”, когда власти Южной Кореи начали масштабное финансирование программы ремонта небольших квартир, расположенных в подвалах домов². Социология уделяет значительное внимание кинематографу фактически с момента его изобретения, поскольку это позволяет выявить характеристики общества, отношение населения к отдельным социальным проблемам и явлениям, а также характеристики конкретных социальных групп и общностей. Целью данной статьи является выявление и анализ особенностей современного кинематографа. Работа базируется на комплексе общенаучных и специальных методов, ключевыми из которых являются сравнительно-исторический и генетический анализ. Прежде чем перейти к рассмотрению современного кинематографа, необходимо обозначить основные подходы к трактовке термина, а также подчеркнуть роль кинематографа в обществе.

Кинематограф: основные значения и подходы к концептуализации

На протяжении XX в. кинематограф пережил ряд преобразований, связанных с изменением технологий производства, распространения и потребления кинопродукции, и успешно к ним адаптировался. Кинематограф является предметом изучения не только социологии, но широкого спектра таких дисциплин, как философия, экономика, история, политология, социальная психология, психология и многих других. Соответственно, в зависимости от выбранной перспективы меняется и значение термина. В самом широком смысле кинематограф можно определить как “отрасль культуры и промышленности, осуществляющую производство фильмов и показ их зрителю; наиболее массовый вид искусства, важное средство политической и научной пропаганды”³.

Поскольку термин “кинематограф” имеет несколько значений, то может рассматриваться, как минимум, в следующих: кино как вид искусства, средство массовой информации и коммуникации, индустрия (сфера экономики) и социальный институт.

¹ Roche E. Jennifer Aniston’s a cut above for 11 million women // Express. 2010.26.05. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/177204/Jennifer-Aniston-s-a-cut-above-for-11-million-women> (accessed: 14.01.2023).

² Sharf Z. After historic ‘Parasite’ run, South Korea vows to improve semi-basement apartments // IndieWire. 2020.24.02. URL: <https://www.indiewire.com/2020/02/parasite-south-korea-improve-semi-basement-apartments-1202213182/> (accessed: 14.01.2023).

³ Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М., 2003. С. 255.

Кинематограф как вид искусства представляет собой “вид художественного творчества, основанный на различных технических способах записи и воспроизведения изображения в движении, как правило, в сопровождении звука”⁴. Как отмечает В.А. Монастырский, “кино — искусство синтетическое, пространственно-временное, звукозрительное, объединяющее на технической основе в одно качественно новое художественное целое выразительные возможности многих искусств”⁵. В определении С.С. Васильева “кинематограф — это многообразное явление, объединяющее в себе следующие составляющие: сами картины как продукт кинотворчества; кинопроизводство; кинопрокат и сеть кинозрелищных предприятий, существовавших достаточно автономно; кинотеорию, включающую в себя кинопедагогику, историю и эстетику кино, а также кинокритику”⁶.

Кино входит в семейство традиционных видов искусства таких, как литература, музыка, изобразительное искусство и театр. Кинематограф занимает особое место среди других видов искусства, хотя в сравнении с, например, изобразительным искусством является более молодым. Это место определяется художественной природой кинематографа, поскольку он не только объединяет в себе выразительные возможности других видов искусства (например, театра, живописи и др.), но и представлен в различных пространственно-временных измерениях. В то же время кинематограф относится к семейству техногенных искусств, которое включает фотографию, собственно кино, телевидение и цифровое искусство⁷.

Кино как средство массовой информации и коммуникации представляет собой инструмент воздействия на общество, обладающий такими характеристиками, как массовость, техническая опосредованность и многоканальность, и выполняет ряд значимых функций. Один из наиболее известных теоретиков социологии коммуникации середины XX в. Г. Лассуэлл выделял три наиболее значимые функции любой коммуникации (включая массовую) по отношению к социальному целому: во-первых, “наблюдение за окружающей средой”, во-вторых, “выявление корреляции между отдельными частями обще-

⁴ Словарь русского языка: В 4-х т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1999. URL: <https://kartaslov.ru/значение-слова/киноискусство>

⁵ Монастырский В.А. Кино как вид искусства // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2001. № 3–2 (23). С. 79–82.

⁶ Васильев С.С. Отечественный кинематограф на рубеже эпох: история кризиса. 1986–1996 гг. (на примере Краснодарского края): Автореф. дисс. ... к.и.н. Краснодар, 2003. С. 3.

⁷ Агафонова Н.А. Общая теория кино и основы анализа фильма. Минск, 2008. С. 12. URL: <https://www.aup.com.ua/ml/conf/9.pdf>

ства при реагировании на окружающую среду», в-третьих, «передача социального наследия от одного поколения другому»⁸. По мнению М.И. Жабского, кинематограф сегодня представляет собой специфическое средство коммуникации, воздействующее на все ее уровни: от массовой коммуникации до автокоммуникации⁹.

Кино представляет собой также и индустрию экономики. На современном этапе развития общества культура все чаще коммерциализируется. Фактически с момента своего появления кинематограф представлял собой коммерческий проект, задачей которого было приносить прибыль. Несмотря на то что в современной России доля киноиндустрии в экономике довольно мала, кино обеспечивает рабочие места большому количеству людей разных профессий: от актеров до кассиров кинотеатров. Кассовые сборы некоторых фильмов достигают очень высокой отметки: так, по данным сервиса Кинопоиск, фильм «Аватар» режиссера Джеймса Кэмерона собрал 3 млрд рублей кассовых сборов только в российском прокате¹⁰. Более того, эти рубежи периодически преодолеваются: так, отечественный фильм «Чебурашка» Дмитрия Дьяченко в январе 2023 г. уже побил этот рекорд¹¹.

Наконец, рассмотрим кино как социальный институт. Социальные институты являются важнейшими элементами структуры общества, которые обеспечивают ее устойчивость, преемственность и последовательность. Н.Г. Осипова пишет о роли социальных институтов следующее: «Устойчивость связей и отношений в рамках социальной структуры общества, организация общественной жизни в целом осуществляется с помощью социальных институтов — специфических образований, воплощающих относительно устойчивые типы и формы социальной практики»¹².

М.И. Жабский подчеркивает, что «кино как институт представляет собой социальное образование, в пространстве которого люди коммуницируют с помощью специфического художественного языка, удовлетворяя свои эмоционально-познавательные и

⁸ *Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // Schramm W., Roberts D.F. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, 1971. P. 84–99. URL: http://sipa.jlu.edu.cn/_local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17AA_34AAE.pdf (accessed: 27.12.2022). P. 217.*

⁹ *Жабский М.С. Кинематограф — зеркало или молот? М., 2010. С. 299–422.*

¹⁰ *Аватар (2009) // Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/251733/> (дата обращения: 27.12.2022).*

¹¹ *«Чебурашка» обошел «Аватар» и стал самым кассовым фильмом в истории российского проката // Коммерсантъ. 2023.13.01. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5771561> (дата обращения: 14.01.2023).*

¹² *Осипова Н.Г. Эволюция социальных институтов семьи, родства и брака в контексте гендерного неравенства // Образование и право. 2020. № 6. С. 114.*

инные потребности”¹³. Важнейшим элементом этого института является фильм, ключевым звеном, по мнению М.И. Жабского, — кинотеатр¹⁴, что, на наш взгляд, весьма спорно с учетом широкого распространения различного рода дистанционных платформ для просмотра фильмов.

Кино как социальный институт представляет собой совокупность определенных правил, норм, ценностей, организаций и соответствующую систему статусов и ролей, выполняющих значимые для общества функции. Регулируют кинематограф в нашей стране, например, Министерство культуры РФ и другие учреждения, контролирующие деятельность многочисленных киностудий, фестивалей, киногольдий и т.д.

Социологические характеристики кинематографа: функции, участники и измерения производства и потребления кино

Социологи изучают кинематограф с различных точек зрения¹⁵. С одной стороны, для социологов важно, как отражаются в кино отдельные социальные процессы, явления и проблемы. Кино позволяет переступить границы реальности и более широко посмотреть на повседневность. Как подчеркивает М.С. Мкртычева, в этом отношении фантастический кинематограф может стать дополнительным инструментом познания проблем различных эпох¹⁶. Кино позволяет фиксировать, как меняется восприятие таких острых проблем, как, например, социальное неравенство¹⁷. С другой стороны, кино обладает “трансформативным потенциалом” и способно оказывать влияние на ценности, нормы и культуру¹⁸.

Важнейшими социологическими характеристиками кинематографа являются, во-первых, социальные функции, которые выполняет кинематограф, во-вторых, специфика участников процесса производства и потребления кинематографа, в-третьих, способы

¹³ Жабский М.С. Указ. соч. С. 23.

¹⁴ Там же. С. 24.

¹⁵ См. подробнее: *Осипова Н.Г.* Кино // Эффективная коммуникация: история, теория, практика. Словарь-справочник. М., 2005. С. 718–720.

¹⁶ *Мкртычева М.С.* Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы // Теория и практика общественного развития. 2012. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 12.01.2023).

¹⁷ *Мартыненко Т.С.* Образ социального неравенства в антиутопиях начала XXI в. // Кино и капитал. Материалы VI Международной научной конференции Центра исследований экономической культуры СПбГУ. СПб., 2017. С. 84–85.

¹⁸ См. подробнее: *Кашани Т.* Фильмы, которые меняют жизнь. Конструктивная трансформация в кино. Харьков, 2018.

оценки продуктов кинопроизводства, и, в-четвертых, характеристики киноаудитории и ее предпочтения. Рассмотрим каждый элемент подробнее, проследив их эволюцию в социологическом дискурсе.

Ключевой характеристикой являются социальные функции, тем не менее существуют различные взгляды на то, какие функции являются для кинематографа определяющими. Даже одни и те же исследователи предлагают различные функциональные наборы. Например, М.И. Жабский выделяет следующие группы функций. Во-первых, он выделяет эстетическую, социализирующую функции, функцию закрепления и развития системы общественных отношений и коммерческую функцию¹⁹. Во-вторых, подчеркиваются эвристическая функция, коммуникативная, познавательная, эстетическая, воспитательная и развлекательная функции²⁰. Если попытаться обобщить функции кинематографа, которые приписывают ему различные исследователи²¹, то можно отметить, что, во-первых, кино как социальный институт выполняет все универсальные функции, присущие социальным институтам. К таким функциям относят функцию определения, закрепления и воспроизводства связей и отношений, регулятивную функцию, интегративную функцию, коммуникативную функцию и транслирующую функцию²². Во-вторых, специфические функции — познавательную, эстетическую, адаптационную, развлекательную и другие функции.

Поскольку кино является и средством массовой информации и коммуникации, то ему свойственны также некоторые другие функции и дисфункции. Так, по мнению известных зарубежных социологов П. Лазарсфельда и Р. Мертон, средства массовой коммуникации выполняют следующие функции: статусообразующую функцию, функцию закрепления социальных норм и обладают “наркотизирующей” дисфункцией²³.

Кино как социальный институт включает в себя разнообразные социальные позиции, играющие различную роль в процессе

¹⁹ Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2005. № 4 (42). С. 47.

²⁰ Жабский М.И. Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 27.

²¹ См., например: Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2018; Жижек С. Киногид извращенца. Кино, философия, идеология: Сборник эссе. Екатеринбург, 2014; Кашани Т. Указ. соч.

²² Осипова Н.Г. Современная социологическая теория. М., 2020. Ч. 2. С. 50.

²³ См. подробнее: Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М., 2004. С. 139–147.

производства, распространения и потребления фильмов. В этом контексте важно выделить основных участников этих процессов. Как отмечает М.И. Жабский, “исторически самыми первыми участниками кинематографического процесса были создатель фильма и зритель”²⁴. Тем не менее уже в самом начале своего пути кинематограф представлял собой коммерческий продукт, а потому в качестве еще одного участника мы можем обозначить рынок.

Очевидно, что в процессе институционализации расширялся и список участников процесса кинопроизводства. В отечественной науке интересной представляется типология А.В. Федюка, который предложил разделить участников процесса кинопроизводства на три большие группы²⁵. Во-первых, “креативные участники”, к которым относятся все те, кто непосредственно задействованы в процессе создания произведений кино, например режиссеры, сценаристы, актеры, гримеры и др. Во-вторых, “коммерческие акторы”, т.е. все те, кто связан с процессом финансирования и продвижения кинематографа. К ним могут относиться спонсоры, бизнес-структуры, кинотеатры и интернет-платформы, чья деятельность связана с распространением кинопродукции. В-третьих, “политико-идеологические участники”, к которым относятся все те, кто регулирует, контролирует и цензурирует процесс кинопроизводства и распространения кинопродукции. К ним могут относиться органы государственной власти, общественные фонды, некоммерческие организации и другие лица, которые имеют право регулировать эту сферу. Также сюда относят кинокритиков и кинозрителей, которые высказывают свое мнение о фильмах и других кинопродуктах.

Поскольку отдельный фильм представляет собой целостность, то социологи М.И. Жабский, К.А. Тарасов и Ю.У. Фохт-Бабушкин выделяют четыре измерения кино²⁶. Во-первых, подчеркивается художественно-эстетическая ценность. Фильм в этом контексте рассматривается как художественное явление, которое необходимо оценивать с точки зрения профессионального уровня (использование выразительных средств, художественные особенности и подобное). Во-вторых, социологи обращают внимание на социальную (или зрительскую) ценность фильма. Чтобы оценить это измерение фильма исследователи изучают посещение кинотеатров,

²⁴ Жабский М.И. К вопросу о рынке в кино // Вестник ВГИК. 2016. № 3 (29). С. 128.

²⁵ Федюк А.В. Советская система кинопроизводства и кинопроката в 1920-е — 1930-е гг.: Автореф. дисс. ... к.и.н. Новосибирск, 2009. С. 14.

²⁶ Жабский М.И., Тарасов К.А., Фохт-Бабушкин Ю.У. Кино в современном обществе: функции — воздействие — востребованность. М., 2000. С. 24–25.

жанровые предпочтения зрителей и др. В-третьих, идеологическая ценность произведения киноискусства. Любой фильм несет в себе эксплицитно и имплицитно определенные ценностные установки, демонстрирует границы нормы. Последнее, четвертое, измерение фильма — это его коммерческая ценность, которое включает, прежде всего, доходы от распространения кинопродукции и соотношение бюджета к кассовым сборам.

Несомненно, это только некоторые социологические характеристики кинематографа. Помимо указанных социологи обращают внимание на особенности посещения кинотеатров, предпочтения зрителей, их социально-демографические характеристики, представленность женских и мужских образов в кино, их специфику, а также анализируют то, как кино отражает социальные проблемы и влияет на их решение.

Особенности современного кинематографа

В начале XXI в. кинематограф также приобретает новые черты и характеристики. Меняются и способ производства, и особенности потребления и распространения кинопродукции. Появление, например, стриминговых платформ (таких, как Netflix, Amazon Prime, Кинопоиск HD, Иви и др.) способствовало переходу от просмотра отдельных серий к выходу сразу целых сезонов. Количество часов выпускаемой кинопродукции увеличивается с огромной скоростью, в том числе это связано с тем, что сегодня технологический прогресс позволяет даже обычные смартфоны оснащать качественными камерами и приложениями для обработки видео. Тем не менее если постараться обозначить наиболее значимые или ключевые особенности кинематографа начала XXI в., то следует выделить, во-первых, глобализацию кинематографа, во-вторых, изменение модели производства кино, в-третьих, сериализацию кинематографа.

Глобализация кинематографа представляет собой явление, в котором процессы производства, распространения и потребления кинопродукции начинают приобретать глобальный характер. Фактически каждый аспект кинематографа сегодня подвергается процессу глобализации. Значительное влияние на этот процесс оказывают крупные корпорации, стремящиеся извлечь прибыль на глобальном рынке, а также попытки повсеместно распространить западные ценности, что на протяжении долгого времени обеспечивало интерес к продукции крупных западных компаний.

Процесс производства кинопродукции сегодня характеризуется глобальным разделением труда. С одной стороны, большое

количество фильмов создается обширными и многонациональными командами актеров, режиссеров, сценаристов и др. Кроме того, большое количество задач отдается на аутсорсинг, в том числе и креативных, поскольку с увеличением числа производимой кинопродукции в этот процесс вовлекается все больше людей. Развитие транспортных средств, значительные бюджеты современных кинофильмов, а также риски, связанные с трудно прогнозируемым спросом на кино, приводят к тому, что фильмы снимают сразу в нескольких странах мира. С другой стороны, возникают специализации отдельных стран, которые предлагают зрителю специфические сюжеты, героев и форматы. В качестве примера можно привести все более набирающие популярность у глобального зрителя азиатские драмы (встречаются и корейские, и японские, и многие другие) или турецкие сериалы, которые смогли погрузить различные регионы планеты в особенности собственной культуры.

Глобализация кинематографа, с одной стороны, имеет и свои положительные черты, например возможности культурного и профессионального обмена. Благодаря этому процессу широко распространяются технические достижения, новые приемы съемки и темы. С другой стороны, отношения между глобализацией и кинематографом не так однозначны, поскольку современное кино не только является результатом глобализации, но и одним из ее факторов. Как пишет российский социолог И.И. Подойницына: "...кино — символ и атрибут, а также проводник глобализации"²⁷. Особое влияние кинематограф в этом контексте оказывает, по мнению социолога, на провинциальные регионы России, потому что в отличие от других "проводников" (например, "живых" выступлений музыкальных групп) легко преодолевает пространство и время, а также доступен массовому зрителю.

Все это меняет и процесс потребления кино и приводит к глобализации культурных практик, когда люди по всему миру знакомы с одними и теми же персонажами и сюжетами. Как пишет М.И. Жабский: «Реальность такова, что национальные зрительские аудитории чуть ли не всего мира превратились, по существу, в "глобальную деревню", способную эффективно финансировать голливудское производство высокобюджетных фильмов»²⁸.

²⁷ Подойницына И.И. Кино как фактор глобализации и как глэм-продукт: к постановке проблемы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2011. № 3. С. 250.

²⁸ Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2005. № 4 (42). С. 45.

При этом во всех аспектах кинопроцесса наблюдается неравенство, когда режиссеры и продюсеры отдельных стран имеют больше возможностей, чем других. Особое влияние на все страны сегодня оказывает американский кинематограф, что является следствием, как минимум, значительных инвестиций и масштаба кинопроизводства. Как отмечает М.И. Жабский: «Стремясь поначалу завоевать мировой кинорынок, а затем все больше укреплять на нем свои позиции, Голливуд создал инфраструктуру глобального кинопроизводства и распространения собственной продукции»²⁹.

Глобализация кинематографа является процессом амбивалентным. С одной стороны, он расширяет наш кругозор, знакомит с культурой и обычаями других стран, позволяет путешествовать и при этом оставаться дома. С другой стороны, кинематограф превращается в «мягкую силу», при помощи которой одни страны пытаются оказывать влияние на другие через трансформацию ценностных установок и моральных ориентиров. Вновь обратимся к М.И. Жабскому: «Принято считать, что кино является зеркалом общества. В известном смысле так оно и есть, ибо в любом случае кинематограф создает и распространяет определенную идеологию, пусть даже сильно искаженную. Если предлагаемая зрителю картина мира создана в его собственной стране, воссоздает ее реалии, словом, национальна по своему характеру, кинематограф может выступать средством трансляции от поколения к поколению социального опыта данного общества, средством познания народом своей истории и культурной самобытности. Если же кинематографическая картина мира в основном импортируется, формирование средствами кино социокультурной идентичности индивида и народа в целом утрачивает национальные корни»³⁰. В этой связи каждому государству очень важно уделять внимание национальному кинематографу, поскольку регулирование этой сферы может способствовать поддержанию и укреплению национальной идентичности, ценностей, культурных образцов и др. В условиях широкого распространения интернета регулировать кинопотребление становится сложнее, поэтому значимым шагом становится стимулирование востребованного на национальном рынке кинематографа. В нашей стране особую роль в этом процессе играет Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (коротко — Фонд кино), деятельность которого направлена на «под-

²⁹ Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе. С. 44.

³⁰ Там же. С. 48.

держание отечественной кинематографии, повышение ее конкурентоспособности, обеспечение условий для создания качественных фильмов, соответствующих национальным интересам, а также популяризацию национальных фильмов в Российской Федерации и за рубежом”³¹.

Вторая особенность, которую мы обозначили выше, связана с изменением модели производства фильмов. На протяжении истории кинематографа можно выделить несколько типичных “формул”, на основе которых создавалось, распространялось и потреблялось кино. Так, например, на раннем этапе развития кинематографа, кинокомпании являлись не только производителями кино, но и основными его дистрибьюторами. Впоследствии (с ростом этих компаний) это привело к монополизации рынка и потребовало изменить кинематографическую модель. Во второй половине XX в. под влиянием распространения телевидения (а значит, и появления другого все более доступного массовому потребителю средства массовой информации) кинематограф вновь изменился: сократилось количество фильмов, стали все чаще возникать совместные проекты различных киностудий.

С этой точки зрения современный кинематограф формирует свою модель кинопроизводства в условиях жестких мер ответственности за нарушение прав интеллектуальной собственности и серьезной конкуренции на рынке кинопродукции. В итоге это приводит к широко распространенному сегодня расширению сюжетных линий и их повторению. Если посмотреть на список фильмов, которые выходят в течение года, то легко заметить, что большая их часть является ремейком, т.е. по сути переснятым фильмом (например, фильм “Звонок” (2002) является “переделкой” фильма с тем же названием 1998 г.), сиквелом или приквелом, т.е. продолжает или предваряет события, которые уже были показаны в какой-либо картине (например, фильм “Стражи Галактики. Часть 3” (2023) является продолжением предыдущих фильмов), либо кроссовером, т.е. фильмом, в котором объединяются несколько сюжетов или персонажей (например, фильм “Бэтмен против Супермена: на заре справедливости” (2016) объединяет двух известных героев в одну сюжетную линию).

Можно обозначить несколько причин подобных сюжетных изменений современного кинематографа. Во-первых, это извлечение прибыли и коммерциализация кинематографа. Успешные проек-

³¹ История, цели и задачи Фонда кино // Сайт Фонда кино. URL: <https://www.fond-kino.ru/about/history/> (дата обращения: 10.01.2023).

ты выходят за границы кинематографа, становясь (подобно героям Marvel) не менее успешными коммерческими проектами. Это не только позволяет вновь и вновь выпускать продолжения, но сопровождать их выход производством товаров для фанатов — коллекционных кукол, атрибутов супергероев, костюмов для фестивалей комиксов и многого другого. Во-вторых, нежелание создателей идти на риск, поскольку новые персонажи, особенно в условиях избыточного числа кинокартин, могут не понравиться зрителям и не окупиться. Персонажи и сюжеты, к которым зрители уже привыкли, чаще всего гарантируют, как минимум, окупаемость. В-третьих, это ностальгия. Это касается в большей степени ремейков, которые способны переместить зрителя во времени, в его прошлое, обратиться к его воспоминаниям. Зрители с удовольствием воспринимают то, что напоминает им о детстве или молодости. Значительное внимание кинематографу в качестве средства ностальгии уделяет Ф. Джеймисон³². В-четвертых, на расширение и повторение сюжетов влияют авторские права и ограничения, связанные с интеллектуальной собственностью, поэтому сегодня, если компания приобретает весьма дорогостоящие права на изображение каких-то героев, то пытается использовать их максимально эффективно, извлекая прибыль так долго, насколько это возможно. Наконец, пятая причина заключается в том, что массовый зритель, а именно на него сегодня ориентируется большая часть кинокомпаний, не готов к новому или не способен это новое воспринимать.

Третьей значимой чертой современного кинематографа становится его сериализация, т.е. широкое распространение многосерийных фильмов, связанных одной или несколькими сюжетными линиями. Важно отметить, что сериализация присутствует не только в кинематографе, но и широко распространена и в других видах искусства, например в литературе и живописи.

Повсеместное распространение сериализации имеет несколько объяснений и причин. Наряду с коммерческим успехом подобных проектов и высоким уровнем конкуренции за потребителя, которого пытаются удержать всеми возможными способами, встречаются социально-психологические и философские трактовки этого феномена. Так, с социально-психологической точки зрения мы можем говорить о терапевтическом эффекте сериалов. «Проживание» жизни персонажа сериала, его тревог, поражений и побед позволяет человеку пережить собственные проблемы, а многообразие

³² Джеймисон Ф. Марксизм и интерпретация культуры. М.; Екатеринбург, 2014.

персонажей — найти объект для идентификации. Социокультурный смысл влияния фильмов, по мнению социолога А.В. Вайсбург, “заключается в компенсаторной функции, выраженной в том, что они позволяют человеку испытывать те эмоции, которые в обычной жизни он не всегда может испытать”³³.

По мнению отечественного культуролога А.А. Новиковой, сериалы способствуют распространению толерантности в самом широком смысле этого слова: “За полвека господства сериала как большой экранной формы зрители привыкли к многообразию и удивительным сочетаниям, асоциальному поведению персонажей, их трудностям в общении, аллергии на повседневность, разного рода чудачествам и нетрадиционным идентичностям”³⁴.

С философской точки зрения сериалы могут трактоваться как то, что задает “длительность” повседневной жизни. Если использовать терминологию французского постмодерниста Ж.-Ф. Лиотара, фактически сериалы стали выполнять функции метанарративов, которые направлены на описание и объяснение мира³⁵. К ним французский философ относит науку, религию, психологию и др. Несмотря на то что современный человек живет в обществе, в котором метанарративы перестают работать, он все равно нуждается в этих объяснительных системах, поэтому, в частности, сериалы начинают решать эту задачу. Способствует этому и продолжительность отдельных кинокартин (например, сериал “Симпсоны”³⁶ выходит уже более 30 лет), а также появляются целые киновселенные, такие как Marvel, DC, вселенная “Звездных войн”, “Властелина колец” и др.).

Первые сериалы появились еще в начале XX в. на рассвете голливудского кинематографа и были связаны с, прежде всего, значительными социальными трансформациями того времени. Как пишет З. Саламова: “Введение сериализации в американский кинематограф 1910-х гг. стало реакцией на несколько трансформационных процессов: становление среднего класса, способного больше тратить на досуг, превращение женщин в основных потребителей

³³ Вайсбург А.В. Роль кинематографа в процессе социализации молодого поколения // Вестник Тверского государственного технического университета. Серия: Науки об обществе и гуманитарные науки. 2018. № 2. С. 105.

³⁴ Новикова А.А. Сериал как инструмент социокультурного воздействия // Большой формат: экранная культура в эпоху трансмедийности. Т. 3. М., 2018. С. 129. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/316256556.pdf> (дата обращения: 11.01.2023).

³⁵ Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.; СПб., 1998.

³⁶ Симпсоны (сериал 1989 — ...) // Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/series/77164/> (дата обращения: 11.01.2023).

развлечений, изменение кино как медиума — возникновение нарративного фильма”³⁷.

Следующей причиной увеличения количества сериалов в общем числе выпускаемой кинопродукции в середине XX в. стало появление и распространение телевидения. Необходимость заполнения сетки вещания сделала сериалы механизмом, при помощи которого зритель вновь и вновь возвращался к экрану телевизора. Кинокритик Инна Кушнарева предлагает выделять две основные модели телевидения — британскую (или “попечительскую”) и американскую (или “коммерческую”)³⁸. Особенностью британского телевидения в течение долгого времени был его государственный статус, а потому и программы, в том числе сериалы, были призваны просвещать нацию, влияя на ее знания, ценности и установки. В то же время американское телевидение изначально было коммерческим, а потому в большинстве своем носило развлекательный характер. По мере распространения интернета американская модель взяла верх, тем не менее, в начале XXI в. сериалы прошли серьезную эволюцию: наряду с развлекательным содержанием в сериалах, в том числе американских, все чаще стали подниматься социальные проблемы, такие как бедность, социальное неравенство, одиночество в городе, преступность и многие другие.

Тем не менее только с появлением интернета, а также снижением его стоимости и увеличением скорости для обычного потребителя, сериалы стали фактически ключевой формой кинопроизводства. Особую роль в этом сыграли стриминговые платформы, т.е. сайты, специализирующиеся на демонстрации большого числа фильмов и сериалов за подписку (установленную ежемесячную плату за доступ к сервису). Особенность этих сервисов в том, что они не ограничены сеткой вещания, а потому могут одновременно предлагать очень разные продукты для совершенно разных целевых аудиторий. Потому их контент способен чаще всего удовлетворить самого требовательного потребителя (особенно когда речь идет о таких крупных платформах, как Netflix). Более того, техническое развитие сделало возможным демонстрацию фильмов и сериалов почти на всех устройствах, которые доступны пользователю. Этот фактор серьезно повлиял на практики кинопросмотров: по сути,

³⁷ Саламова З. Сериалы: от викторианских романов до видеоигр // Новое литературное обозрение. 2016. № 4 (140). С. 362–368. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/140_nlo_4_2016/article/12087/ (дата обращения: 11.01.2023).

³⁸ Кушнарева И. Как нас приучили к сериалам // Логос. 2013. № 3 (93). С. 10.

потребление кино прошло трансформацию от коллективного просмотра в рамках конкретного места и времени до индивидуального просмотра в любом месте и в любое время.

Таким образом, кинематограф начала XXI в. обладает своими специфическими чертами, определяемыми, прежде всего, социальным контекстом. Представляется, что дальнейшие изменения кинематографа будут обусловлены рядом факторов. Во-первых, серьезное влияние оказывают технологические изменения. На протяжении всей истории кинематографа технологии во многом определяли способы коммуникации автора со зрителем (а иногда и возможности зрителя участвовать в процессе создания фильма, когда речь зашла об интерактивном кино). Появление звукового кино, а затем и цифровых технологий меняло не только возможности и степень воздействия кинематографа на общество, но и масштабы производства, распространения, хранения и потребления кинематографической продукции.

Сегодня появление технологий искусственного интеллекта также не может не оказать влияние на то, каким будет кино в ближайшие годы. Уже сегодня эти технологии позволяют писать сценарии, обрабатывать изображения, а также сокращать время производства фильмов на всех этапах. Все это может привести к тому, что, подобно картинам, которые создают по нашим запросам нейросети, мы будем получать собственные фильмы с любимыми персонажами и сюжетными линиями. Тем самым, несмотря на высокий уровень неравенства в доступе к новейшим технологиям, возможна дальнейшая демократизация кинематографа как вида творческой деятельности и изменение глобальной кинематографической модели. Во-вторых, должна произойти трансформация кинотеатра как практики потребления кинопродукции. На фоне развития интернета, пандемии новой коронавирусной инфекции и ряда других причин в последние годы происходит существенное снижение посещений кинотеатров. Очевидно, что интернет-платформы предлагают более широкие возможности доступа к кинопродукции. Тем не менее кинотеатр — это не только просмотр фильмов как таковой, но и практика совместного проведения досуга, которую не заменяют в полной мере существующие способы совместного дистанционного просмотра. Потому в ближайшие годы должны появиться новые формы совместного просмотра кино, которые смогут в полной мере удовлетворить эту общественную потребность. В-третьих, уже сегодня мы наблюдаем значительный рост, например, азиатского кино (а также рост его популярности в том числе у российского зрителя), пред-

ставляется, что эта тенденция будет наблюдаться и в дальнейшем: все чаще будет транслироваться западное кино, которое позволит лучше узнать культуру других стран. Это лишь некоторые потенциальные направления развития современного кинематографа. Тем не менее неоспоримым остается лишь одно: кино по-прежнему будет представлять собой предмет анализа и пристального интереса для современной социологии и других наук.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

“Чебурашка” обошел “Аватар” и стал самым кассовым фильмом в истории российского проката // Коммерсантъ. 2023.13.01. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5771561> (дата обращения: 14.01.2023).

Агафонова Н.А. Общая теория кино и основы анализа фильма. Минск, 2008. URL: <https://www.aup.com.ua/ml/conf/9.pdf> (дата обращения: 10.01.2023).

Вайсбург А.В. Роль кинематографа в процессе социализации молодого поколения // Вестник Тверского государственного технического университета. Серия: Науки об обществе и гуманитарные науки. 2018. № 2. С. 105–111.

Васильев С.С. Отечественный кинематограф на рубеже эпох: история кризиса. 1986–1996 гг. (на примере Краснодарского края): Автореф. дисс. ... к.и.н. Краснодар, 2003.

Джеймисон Ф. Марксизм и интерпретация культуры. М.; Екатеринбург, 2014.

Жабский М.И. Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 25–35.

Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. 2005. № 4 (42). С. 43–50.

Жабский М.И. Кинематограф — зеркало или молот? М., 2010.

Жабский М.И. К вопросу о рынке в кино // Вестник ВГИК. 2016. № 3 (29). С. 128–139.

Жабский М.И., Тарасов К.А. Российская социология кино в контексте развития общества // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 73–81.

Жижек С. Киногид извращенца. Кино, философия, идеология: Сборник эссе. Екатеринбург, 2014.

История, цели и задачи Фонда кино // Сайт Фонда кино. URL: <https://www.fond-kino.ru/about/history/> (дата обращения: 10.01.2023).

Кашани Т. Фильмы, которые меняют жизнь. Конструктивная трансформация в кино. Харьков, 2018.

Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М., 2003.

Кушнарева И. Как нас приучили к сериалам // Логос. 2013. № 3. С. 9–20.

Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.; СПб., 1998.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2018.

Мартыненко Т.С. Образ социального неравенства в антиутопиях начала XXI в. // Кино и капитал. Материалы VI Международной научной конференции Центра исследований экономической культуры СПбГУ. СПб., 2017.

Мкртычева М.С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы // Теория и практика общественного развития. 2012.

№ 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 12.01.2023).

Монастырский В.А. Кино как вид искусства // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2001. № 3–2 (23). С. 79–82.

Новикова А.А. Сериал как инструмент социокультурного воздействия // Большой формат: экранная культура в эпоху трансмедийности. Т. 3. М., 2018. С. 119–130. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/316256556.pdf> (дата обращения: 11.01.2023).

Осипова Н.Г. Кино // Эффективная коммуникация: история, теория, практика. Словарь-справочник. М., 2005. С. 718–720.

Осипова Н.Г. Современная социологическая теория. М., 2020.

Осипова Н.Г. Эволюция социальных институтов семьи, родства и брака в контексте гендерного неравенства // Образование и право. 2020. № 6. С. 114–125.

Подойницына И.И. Кино как фактор глобализации и как глэм-продукт: к постановке проблемы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2011. № 3. С. 250–262.

Саламова З. Серилы: от викторианских романов до видеоигр // Новое литературное обозрение. 2016. № 4 (140). С. 362–368. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/140_nlo_4_2016/article/12087/ (дата обращения: 11.01.2023).

Словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1999. <https://kartaslov.ru/значение-слова/киноискусство>

Федюк А.В. Советская система кинопроизводства и кинопроката в 1920-е — 1930-е гг.: Автореф. дисс. ... к.и.н. Новосибирск, 2009.

REFERENCES

“Cheburashka” oboshel “Avatar” i stal samym kassovym fil'mom v istorii rossijskogo prokata [“Cheburashka” bypassed “Avatar” and became the highest grossing film in the history of Russian distribution] // Kommersant#. 13.01.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5771561> (data obrashhenija: 14.01.2023) (in Russian).

Agafonova N.A. Obshhaja teorija kino i osnovy analiza fil'ma [General Theory of Cinema and Fundamentals of Film Analysis]. Minsk, 2008. URL: <https://www.aup.com.ua/ml/conf/9.pdf> (data obrashhenija: 10.01.2023) (in Russian).

Dzhejmison F. Marksizm i interpretacija kul'tury [Marxism and the interpretation of culture]. М.; Ekaterinburg, 2014 (in Russian).

Fedjuk A.V. Sovetskaja sistema kinoproizvodstva i kinoprokata v 1920-e — 1930-e gg. [The Soviet system of film production and distribution in the 1920s — 1930s]: Avtoref. diss. ... k.i.n. Novosibirsk, 2009 (in Russian).

Istorija, celi i zadachi Fonda kino [History, goals and objectives of the Cinema Fund] // Fond kino. URL: <https://www.fond-kino.ru/about/history/> (data obrashhenija: 10.01.2023) (in Russian).

Kashani T. Fil'my, kotorye menjajut zhizn', Konstruktivnaja transformacija v kino [Films that change lives, Constructive transformation in cinema]. Har'kov, 2018 (in Russian).

Kononenko B.I. Bol'shoy tolkovyj slovar' po kul'turologii [Large explanatory dictionary of cultural studies]. М., 2003 (in Russian).

Kushnareva I. Kak nas priuchili k serialam [How we were taught to serials] // Logos. 2013. N 3. S. 9–20 (in Russian).

Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // Schramm W., Roberts D.F. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, 1971. P. 84–99. URL: http://sipa.jlu.edu.cn/_local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17AA_34AAE.pdf (accessed: 27.12.2022).

Liotar Zh.-F. Sostojanie postmoderna [The Postmodern Condition: A Report on Knowledge]. M.; SPb., 1998 (in Russian).

Makljujen M. Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka [Understanding Media: The Extensions of Man]. M., 2018 (in Russian).

Martynenko T.S. Obraz social'nogo neravenstva v antiutopijah nachala XXI v. [The image of social inequality in the anti-utopias of the early XXI century] // Kino i kapital. Materialy VI Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii Centra issledovanij jekonomicheskoy kul'tury SPbGU. SPb., 2017. S. 84–85 (in Russian).

Mkrtycheva M.S. Kino kak predmet sociologicheskogo izuchenija: vozmozhnosti i perspektivy [Cinema as a subject of sociological study: opportunities and prospects] // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitiya. 2012. N 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izucheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (data obrashhenija: 12.01.2023) (in Russian).

Monastyrskij V.A. Kino kak vid iskusstva [Cinema as a form of art] // Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki. 2001. N 3–2 (23). S. 79–82 (in Russian).

Novikova A.A. Serial kak instrument sociokul'turnogo vozdejstviya [The series as a tool of social and cultural influence] // Bol'shoj format: jekrannaja kul'tura v jepohu transmedijnosti. T. 3. M., 2018. S. 119–130. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/316256556.pdf> (data obrashhenija: 11.01.2023) (in Russian).

Osipova N.G. Kino [Cinema] // Jeffektivnaja kommunikacija: istorija, teorija, praktika. Slovar'-spravochnik. M., 2005. S. 718–720 (in Russian).

Osipova N.G. Sovremennaja sociologicheskaja teorija [Modern sociological theory]. M., 2020 (in Russian).

Osipova N.G. Jevoljucija social'nyh institutov sem'i, rodstva i braka v kontekste gendernogo neravenstva [The evolution of social institutions of family, kinship, and marriage in the context of gender inequality] // Obrazovanie i pravo. 2020. N 6. S. 114–125 (in Russian).

Podojnicyna I.I. Kino kak faktor globalizacii i kak gljem-produkt: k postanovke problemy [Cinema as a factor of globalization and as a glam product: to the formulation of the problem] // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Serija 12. Psihologija. Sociologija. Pedagogika. 2011. N 3. S. 250–262 (in Russian).

Roche E. Jennifer Aniston's a cut above for 11 million women // Express. 2010.26.05. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/177204/Jennifer-Aniston-s-a-cut-above-for-11-million-women> (accessed: 14.01.2023).

Salamova Z. Seryaly: ot viktorianskih romanov do videoigr [Series: from Victorian novels to video games] // Novoe literaturnoe obozrenie. 2016. N 4 (140). S. 362–368. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/140_nlo_4_2016/article/12087/ (data obrashhenija: 11.01.2023) (in Russian).

Sharf Z. After historic "Parasite" run, South Korea vows to improve semi-basement apartments // IndieWire. 2020.24.02. URL: <https://www.indiewire.com/2020/02/parasite-south-korea-improve-semi-basement-apartments-1202213182/> (accessed: 14.01.2023).

Slovar' russkogo jazyka: V 4-h t. [Dictionary of the Russian language: In 4 volumes] / Pod red. A.P. Evgen'evoj. M., 1999. <https://kartaslov.ru/znachenie-slova/ki-noiskusstvo> (in Russian).

Vajsburg A.V. Rol' kinematografa v processe socializacii mladogo pokolenija [The role of cinema in the process of socialization of the young generation] // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Serija: Nauki ob obshchestve i gumanitarnye nauki. 2018. N 2. S. 105–111 (in Russian).

Vasilev S.S. Otechestvennyj kinematograf na rubezhe jepoh: istorija krizisa. 1986–1996 gg. (na primere Krasnodarskogo kraja) [Domestic cinema at the turn of eras: the history of the crisis. 1986–1996 (on the example of the Krasnodar Territory)]: Avtoref. diss. ... k.i.n. Krasnodar, 2003 (in Russian).

Zhabskij M.I. Globalizm i funkcii kino v obshchestve [Globalism and the functions of cinema in society] // Vestnik Rossijskogo fonda fundamental'nyh issledovanij. 2005. N 4 (42). S. 43–50 (in Russian).

Zhabskij M.I. K voprosu o rynke v kino [To the question of the market in cinema] // Vestnik VGIK. 2016. N 3 (29). S. 128–139 (in Russian).

Zhabskij M.I. Kinematograf — zerkalo ili molot? [Cinema — a mirror or a hammer?]. M., 2010 (in Russian).

Zhabskij M.I. Vesternizacija kinematografa: opyt i uroki istorii [Westernization of cinema: experience and lessons of history] // Sociologičeskie issledovanija. 1996. N 2. S. 25–35 (in Russian).

Zhabskij M.I., Tarasov K.A. Rossijskaja sociologija kino v kontekste razvitiya obshchestva [Russian Sociology of Cinema in the Context of Society Development] // Sociologičeskie issledovanija. 2019. N 11. S. 73–81. DOI: 10.31857/S013216250007449-6 (in Russian).

Zhizhek S. Kinogid izvrašhenca. Kino, filosofija, ideologija: sbornik jesse [Film guide pervert. Cinema, philosophy, ideology: a collection of essays]. Ekaterinburg, 2014 (in Russian).