

ИСКУССТВО. ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Образец ссылки на эту статью: Марчуков А.Н., Юров С.С., Сказочкина П.А. Кинематограф как инструмент внешней политики // Бизнес и дизайн ревю. 2023. № 2 (30). С. 104-111.

УДК 791.4

КИНЕМАТОГРАФ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Марчуков Александр Николаевич

ФБГОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва, Россия (127550, Москва, ул. Тимирязевская, 49), кандидат политических наук, доцент, alexander.marchukov@gmail.com

Юров Сергей Серафимович

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), ректор, главный редактор журнала «Бизнес и дизайн ревю», +7 (495) 684 2526, inobe@obe.ru

Сказочкина Полина Александровна

ФБГОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – Московская сельскохозяйственная академия имени К.А. Тимирязева», Москва, Россия (127434, Москва, ул. Тимирязевская, 49), студентка 2 курса специальности «Государственное и муниципальное управление», polina.skazochkina@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена практике применения кинематографа во внешнеполитической деятельности. Опираясь на историко-типологический метод при анализе исторического опыта СССР, США, Германии в сфере публичной дипломатии и пропаганды, авторы выделяют четыре основных подхода к использованию кинематографа в политических целях. Первый из них предполагает обращение к кинопродукции как инструменту повышения узнаваемости национального бренда; второй подход – ориентирован на создание положительного образа страны за рубежом. Третий подход сфокусирован на дискредитации политических оппонентов на международной арене; в то время как последний – нацелен на улучшение отношений между странами. Ни один из существующих подходов не является универсальным, поскольку любое государство может преследовать сразу несколько политических целей в зависимости от собственных внешнеполитических приоритетов. По мнению авторов, в условиях существующей конфронтации между Россией и странами Запада значимость кинематографа как «идеологического» оружия в мировой политике резко возрастает.

Ключевые слова: кинематограф; «мягкая сила»; национальный бренд; имидж; идеология; диалог; СССР; США; Германия

CINEMA AS A TOOL OF FOREIGN POLICY

Marchukov Alexander Nickolaevich

Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy, Moscow, Russia (127550, Moscow, 49 Timiryazevskaya Street), Candidate of Political Sciences, Associate Professor, alexander.marchukov@gmail.com

Yurov Sergey Serafimovich

Institute of Business and Design, Moscow, Russia (129090, Moscow, 9 Protopopovskiy Lane), Rector, Editor-in-chief of the magazine "Business and Design Review", +7 (495) 684 2526, inobe@obe.ru

Skazochkina Polina Alexandrovna

Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy, Moscow, Russia (127434, Moscow, 49 Timiryazevskaya Street), 2nd year student of the specialty "State and Municipal Management", polina.skazochkina@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the practice of using cinematography in foreign policy. Based on the historical and typological method in analyzing the historical experience of the USSR, the USA as well as Germany in the field of public diplomacy and propaganda, the authors identify four main approaches to the use of cinema for political purposes. The first of them involves turning to film production as a tool to increase awareness of the national brand; the second approach is focused on creating a positive image of the country abroad. The third approach focuses on discrediting political opponents in the international arena, while the latter is aimed at improving relations between countries. None of the existing approaches is universal, since any state can pursue several political goals at once, depending on its own foreign policy priorities. According to the authors, in the conditions of the existing confrontation between Russia and Western countries, the importance of cinema as an "ideological" weapon in world politics is sharply increasing.

Keywords: cinema; "soft power"; national brand; image; ideology; dialogue; USSR; USA; Germany

Введение

В 1990 г. американский исследователь Д. Най-мл. ввел в научный оборот термин «мягкая сила», под которым он понимал способность государства достигать политических целей на международной арене за счет внешней привлекательности [1]. Одним из ее ключевых элементов является культура, играющая важную роль в создании позитивного образа страны за рубежом. По мнению Д. Най, современное международное влияние США отчасти зиждется на достижениях в сфере массовой культуры, в том числе и в сфере кинопроизводства [2].

Кинематограф обладает уникальными свойствами, позволяющими использовать его во внешнеполитической практике. Формируя наглядно-зрительные образы, кино оказывает глубокое эмоциональное воздействие на

человека, действуя как на сознательном, так и бессознательном уровнях. Взывая к страхам, желаниям, надеждам, стремлениям аудитории, кинематографисты стремятся создать яркие запоминающиеся образы, которые будут содержать явные или скрытые сообщения. Подобные образы способны формировать устойчивые представления о той или иной стране, влияющие на межгосударственное взаимодействие в международной политике.

Исследованию кинематографа как инструмента внешней политики посвящен ряд работ как в нашей стране [3, 4, 5 и др.], так и за рубежом [6, 7, 8 и др.]. Обращает на себя внимание тот факт, что значительная часть западной литературы по данной тематике касается опыта США в данной сфере [6, 7, 9 и др.]. Также зарубежных исследователей привлекают особенности применения пропагандистского кино в гитлеровской Германии и СССР (ярким примером этого интереса является книга британского историка Р. Тейлора, внесшего важный вклад в понимание политической природы кинематографа [10]).

Российские ученые также довольно часто обращаются к изучению американского опыта использования кинопродукции в политических целях. Так среди отечественных исследователей кинематографа как инструмента «мягкой силы» США следует отметить Г. Филимонова, который достаточно подробно изучил роль Голливуда во внешней культурной политике США [11], а также У. Артамонову, проанализировавшую влияние Пентагона и ЦРУ на процесс кинопроизводства, ориентированного на внешнюю аудиторию [12].

Цель исследования

Цель исследования – анализ кинематографа как инструмента внешнеполитической деятельности; выявление различных моделей (подходов) использования кинематографа в политических целях (применительно к международной политике).

Методы исследования. Основным научным методом в данной работе будет служить историко-типологический метод, позволяющий авторам выделить основные подходы к использованию кинематографа во внешнеполитической практике.

Результаты исследования и их обсуждение

Проведенный авторами анализ опыта использования различными странами (СССР, США, Германией) кинематографа в политических целях демонстрирует существование нескольких подходов к его применению в мировой политике. Во-первых, *кино может выступать как инструмент повышения узнаваемости национального бренда*. Так, например, современные корейские сериалы служат источником информации о жизни в Южной Корее для молодежи в зарубежных странах. Подобные продукты способствуют узнаваемости страны в мире, усиливают интерес иностранной публики к ее

культуре. Значительную роль в продвижении национального бренда играют международные кинофестивали, способные охватить значительные по размеру аудитории. Так, международная популярность корейской культуры резко возросла после того, как местная кинокартина «Паразиты» в 2020 году получила 4 премии «Оскар» от Американской академии кинематографических искусств и наук (несмотря на то, что «Корейская волна» уже долгое время была весьма популярна в отдельных регионах мира).

Во-вторых, кинематограф *может применяться для создания положительного образа страны за рубежом*. Так для американского кинематографа характерно наличие красивой внешней картинки, создающей ощущение стабильности и достатка (неслучайно, многие голливудские фильмы, содержат сцены улиц с аккуратно подстриженными газонами перед большими красивыми домами; образы добродушных и приветливых соседей и т.д.). Подобные киноэпизоды формируют несколько идеализированную картину социальной жизни в США, что в конечном счете позитивно отражается на американском международном имидже.

Помимо высокого уровня благосостояния общества, еще одной популярной темой для американских кинематографистов выступает тема уникального, с их точки зрения, вклада США в международную безопасность. Так, в последнее время довольно часто экранизируются фильмы по комиксам «Marvel» и «DC», в которых продвигается идея о благотворной роли американской армии в защите миропорядка. Во множестве голливудских фильмов так или иначе прослеживается образ американских военных как героев-освободителей и миротворцев. Безусловно, подобная кинопродукция формирует у части зарубежной общественности (особенно у молодежной аудитории) благоприятное представление о миссиях американской армии за рубежом (несмотря на негативный военный опыт США во Вьетнаме, Афганистане и Ираке).

В-третьих, кинематограф может использоваться для дискредитации политических оппонентов на международной арене. Данный подход активно применялся различными политическими режимами начиная с 30-х гг. XX века. Например, американский фильм «Ниночка» (1939), демонстрировал отсутствие твердых принципов у советских граждан, которые поддаются соблазнам капиталистического общества, которое способно спасти их от всех пороков коммунизма.

Еще одним примером дискредитации политических противников является кинолента, снятая при поддержке Третьего рейха «Дядюшка Крюгер» (1941), посвященная борьбе населения Трансвальской республики против англичан. Последние изображены в фильме как расчетливые беспринципные люди, манипулирующие туземным населением в своих целях.

Негативное изображение «идеологических» врагов в кино получило широкое распространение в эпоху Холодной войны. Так в фильме «Железный занавес» (1948), американский режиссер У. Уэллман показывает советских граждан как скрытных и коварных индивидов, живущих в условиях

постоянного страха перед собственным правительством [13]. В американском фильме более позднего периода «Москва на Гудзоне» (1984) в гипертрофированной форме демонстрируются недостатки жизни в Советском Союзе (дефицит, торговые очереди, цензура и др.) и преимущества американского образа жизни. Главный герой кинокартины циркач Владимир Иванов становится перебежчиком во время гастролей в Нью-Йорке и открывает для себя преимущества жизни в капиталистическом обществе. Данный фильм содержит весьма эффектную в идеологическом плане сцену, в которой протагонист, посещая западный супермаркет падает в обморок от товарного изобилия, которого он не видел во время жизни в СССР.

В советских фильмах также можно обнаружить критику американского образа жизни и политики местных элит (например, в фильмах Михаила Ромма «Русский вопрос» (1948) и «Секретная миссия» (1950) [14]. Негативные образы американцев встречаются и советском детском кино. Так в фильме «Черная чайка» (1962) одним из персонажей является высокомерный американец зловещего вида, умело сыгранный отечественным актером И. Дмитриевым [15].

К сожалению, в современном американском кино до сих пор представлен достаточно искаженный образ русских как агрессивных, ленивых и необразованных людей. Учитывая существующий кризис в российско-американских отношениях, очевидно, что в среднесрочной перспективе этот образ вряд ли изменится. Политическая ситуация, видимо, также подтолкнет и Россию к необходимости увеличения производства кинопродукции, критикующей как внутривнутриполитическую, так и внешнеполитическую повестку американского государства.

И, наконец, в-четвертых, *кинематограф может использоваться для сближения народов за счет обращения к объединяющим основаниям.* Так, в контексте российско-американских отношений таким основанием может выступать участие СССР и США во Второй мировой войне. В 1940-х гг. в Америке было снято несколько фильмов, посвященных героизму и самоотверженности советских солдат на фронте («Северная звезда» (1943), «Миссия в Москву» (1943) «Дни славы» (1944). Однако, с началом Холодной войны они были запрещены в Америке как пропагандирующие коммунистические ценности.

Борьба с немецким нацизмом до сих пор способна объединять граждан России с населением стран, пострадавших от военных действий Третьего рейха и активно боровшихся за его уничтожение (например, россиян и французов). Так совместной борьбе советских и французских солдат в годы Второй Мировой войны посвящен фильм «Нормандия-Неман» (1960г), одним из сценаристов которого выступил известный советский писатель К. Симонов. Что же касается современности, то довольно ярким кинособытием последних лет, направленных на укрепление российско-французских отношений, стала демонстрация фильма «Васенин» (2015), рассказывающего о судьбе ветерана

Великой Отечественной войны и видного деятеля французского Сопротивления Н.В. Васенина.

В настоящее время особое значение имеет также кинематограф, направленный на снижение религиозных противоречий между отдельными народами. В этой связи нельзя не упомянуть немецко-кенийский фильм «Все мы» (2017), посвященный истории защиты кенийскими мусульманами христиан от сомалийских экстремистов. Данный фильм, безусловно, вносит определенный вклад в развитие диалога между христианским и мусульманским сообществом.

Выводы

В результате проведенного исследования авторы выделили четыре основных подхода к использованию кинематографа во внешнеполитической практике: 1) применение кинематографа с целью повышения узнаваемости национального бренда; 2) обращение к кинематографу как средству создания положительного имиджа страны за рубежом; 3) акцент на кинематографе как орудии дискредитации политических оппонентов на международной арене; 4) применение кинематографа в качестве инструмента для укрепления двустороннего диалога между странами. Ни один из них не является универсальным, поскольку любое государство может преследовать сразу несколько политических целей в зависимости от своего места в системе международных отношений, собственных внешнеполитических приоритетов и характера взаимодействия с иностранными государствами.

Как представляется, в условиях существующей конфронтации между Россией и странами Запада значимость кинематографа как «идеологического» оружия в мировой политике резко возрастает. Очевидно, что Россия в текущих обстоятельствах будет вынуждена инвестировать время и ресурсы в это направление. Однако, для российского государства было бы ошибкой направить все усилия исключительно на идеологическую борьбу с «недружественными» странами, поскольку помимо необходимости противостоять «враждебному» влиянию, все еще существует потребность в продвижении положительного образа Российской Федерации за рубежом (в том числе и в тех странах, где существует дефицит адекватной информации о РФ). Кроме того, Россия не должна забывать свое военное прошлое, которое может быть активно использовано для укрепления отношений с отдельными странами (в том числе и на территории постсоветского пространства).

Список литературы

1. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1990. 370 p.
2. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004, 191 p.

3. Конкин А. А., Романова И.В. Кинематограф как перспективная сфера развития политического и культурного диалога стран БРИКС // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. № 5 (27). С. 68-78.
4. Койне О., Франц В. Кинематограф как элемент системы «мягкой силы» государства // Дискурс-Пи. 2017. № 2 (27). С. 154-162.
5. Паксютов Г.Д. «Мягкая сила» и «культурный капитал» наций: пример киноиндустрии // Мировая экономика и международные отношения. 2020. № 11(64). С. 106-113.
6. Cobb T. *American Cinema and Cultural Diplomacy: The Fragmented Kaleidoscope*. Stourbridge: Palgrave MacMillan, 2020. 265 p.
7. Chung S. *Hollywood Diplomacy: Film Regulation, Foreign Relations, and East Asian Representations*. New Brunswick: Rutgers University Press. 256 p.
8. Huttunen M. *Politicised Cinema: Post-War Film, Cultural Diplomacy and UNESCO*. London: Routledge, 2022. 178 p.
9. Lee S. *Cinema and the Cultural Cold War: US Diplomacy and the Origins of the Asian Cinema Network (The United States in the World)*. New York: Cornell University Press, 2020. 312 p.
10. Taylor R. *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*. London: I. B. Tauris, 1998. 228 p.
11. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. М.: РУДН, 2010. - 212 с.
12. Артамонова У.З. Американский кинематограф как инструмент публичной дипломатии США // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН: сетевой журнал. 2020. № 2. С. 110-122.
13. Клоос Э. В. Образ Советского Союза в американском кинематографе первого этапа Холодной войны 1946–1953 гг. // Артикульт. 2021. № 2 (42). С. 69–75.
14. Просолова Е. В. Антиамериканская пропаганда в советском игровом кинематографе на первом этапе Холодной войны (1946-1953) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Исторические науки». 2021. № 2 (73). С. 130 -141.
15. Спутницкая Н. Ю. Американский бэби-бум и советский пионерский лагерь: враги и «скрытая угроза» в детском кино СССР и США 1930-1960-х гг. // Художественная культура, 2021. № 3 (38). С. 420-451.

References

1. Nye J. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books, 1990. 370 p.
2. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004, 191 p.
3. Konkin A. A., Romanova I.V. Kinematograf kak perspektivnaya sfera razvitiya politicheskogo i kul'turnogo dialoga stran BRIKS (Cinematography as a promising area for the development of the political and cultural dialogue of the BRICS countries). *Vestnik Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021. no 5 (27) pp. 68-78.
4. Kojne O., Franc V. Kinematograf kak element sistemy «myagkoj sily» gosudarstva (Cinematography as an element of the state's "soft power" system) *Diskurs-Pi*. 2017, no 2 (27). pp. 154-162.
5. Paksyutov G.D. «Myagkaya sila» i «kul'turnyj kapital» nacij: primer kinoindustrii (Soft power and cultural capital of nations: an example of the film industry) *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 2020. no 11(64) pp. 106-113.

6. Cobb T. *American Cinema and Cultural Diplomacy: The Fragmented Kaleidoscope*. Stourbridge: Palgrave MacMillan, 2020. 265 p.
7. Chung S. *Hollywood Diplomacy: Film Regulation, Foreign Relations, and East Asian Representations*. New Brunswick: Rutgers University Press. 256 p.
8. Huttunen M. *Politicised Cinema: Post-War Film, Cultural Diplomacy and UNESCO*. London: Routledge, 2022. 178 p.
9. Lee S. *Cinema and the Cultural Cold War: US Diplomacy and the Origins of the Asian Cinema Network (The United States in the World)*. New York: Cornell University Press, 2020. 312 p.
10. Taylor R. *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*. London: I. B. Tauris, 1998. 228 p.
11. Filimonov G. «Myagkaya sila» kul'turnoj diplomatii SSHA (Soft Power of US Cultural Diplomacy). M.: RUDN, 2010. -212 p.
12. Artamonova U.Z. Amerikanskij kinematograf kak instrument publichnoj diplomatii SSHA (American Cinema as a Tool of US Public Diplomacy). *Analiz i prognoz. Zhurnal IMEMO RAN: setevoj zhurnal*, 2020, no 2., pp. 110-122.
13. Kloos E. V. Obraz Sovetskogo Soyuza v amerikanskom kinematografe pervogo etapa Holodnoj vojny 1946–1953 gg. (The Image of the Soviet Union in American Cinema of the First Stage of the Cold War (1946-1953)) *Artikul't*, 2021, no 2 (42). pp. 69–75.
14. Prosolova E. V. Antiamerikanskaya propaganda v sovetskom igrovom kinematografe na pervom etape Holodnoj vojny (1946-1953) (Anti-American Propaganda in Soviet Feature Cinema at the First Stage of the Cold War (1946-1953)). *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Seriya «Istoricheskie nauki»*, 2021, no 2 (73). pp. 130 -141.
15. Sputnickaya N. Yu. Amerikanskij bebi-bum i sovetskij pionerskij lager': vragi i «skrytaya ugroza» v detskom kino SSSR i SSHA 1930-1960-h. gg. (The American Baby Boom and the Soviet Pioneer Camp: Enemies and the "Hidden Threat" in Children's Cinema of the USSR and the USA of the 1930s-1960s.) *Hudozhestvennaya kul'tura*, 2021, no 3 (38). pp. 420-451.

Работа поступила в редакцию 11.02.2023