Известия: Социальный монитор: как общественно значимое кино стало новым трендом

ЦСП «Платформа» представляет проведенное в партнерстве с Национальной Медиа Группой (НМГ) исследование отношения аудитории к современному российскому кинематографу, а также влияния российских фильмов на социальную среду

Почти половина россиян считают, что просмотренные за последние два-три года фильмы и сериалы повлияли на их взгляды и поведение

Российские зрители хотят смотреть социально значимое кино и даже признают влияние фильмов на свое поведение. Об этом свидетельствуют итоги исследования, проведенного центром социального проектирования «Платформа» при поддержке Национальной Медиа Группы (НМГ). Представители кинорынка и сторонние эксперты согласны с социологами: запрос аудитории на идейные, жизненные и вдохновляющие проекты действительно усиливается и их будет появляться всё больше, что возможно в том числе благодаря росту доверия публики к отечественному кинематографу. Однако разные поколения зрителей интересуются совершенно разными темами. В тренде и его истоках разбирались «Известия».

Идея на миллион

Кино, затрагивающее социально значимые темы, существует практически столько же, сколько вид искусства в целом. Но в

1990-е и 2000-е истории о проблемах общества считались уделом скорее артхауса, нишевых фестивальных проектов, тогда как широкая публика требовала блокбастеров — чисто развлекательного зрелища. Новое исследование показывает, что с тех пор ситуация изменилась: у российской аудитории сформировалось желание смотреть произведения, посвященные реальным проблемам, а у кинопроизводителей — готовность создавать такие картины и положительный опыт их продвижения.

— Учитывая международные и российские тренды, а также то, что в России появились институты поддержки такого контента, и то, что об интересе к нему заявили ключевые игроки индустрии, мы уверены, что его количество существенно увеличится в ближайшие два-три года, — сказала «Известиям» гендиректор НМГ Светлана Баланова. — Кроме того, мы все наконец сможем это увидеть: эксперты клуба «Хедлайнеры. Импакт Медиа» ставят своей целью ежегодный опрос экспертов рынка и мониторинг рынка на предмет появления импакт-контента. В этом году мы сделали первый подход к карте российского импакт-контента, теперь она есть, и мы будем ее постоянно дополнять.

Фото: ТАСС/Михаил Терещенко

Под термином «импакт-кино» в индустрии понимают фильмы,

оказывающие какое-либо созидательное эмоциональное и вдохновляющее воздействие на зрителя, — фактически это разновидность социальной инженерии. И здесь можно говорить о третьем измерении качества кино в дополнение к кассовым сборам и фестивальному признанию.

Зрители, что интересно, вовсе не против такого влияния. Так, участники опроса, выбирая между двумя тезисами — «Кино должно целенаправленно воспитывать в обществе мораль, формировать ценности» и «Кино должно развлекать, развивать вкус к искусству, быть самовыражением автора, а не воспитывать мораль», — во всех возрастных группах отдали предпочтение первому: 55% против 31%. Наименьший разрыв был среди респондентов 18–24 лет (43 и 43% соответственно), а наибольший — у собеседников 55+ (71 и 21%).

Не спугнуть чудо

Впрочем, отмечается в исследовании, в профессиональной среде есть разное понимание, какое кино считать импактом в полной мере: то, которое в принципе оказывает идейное влияние вне зависимости от первоначальных задач создателей, или же только созданное с этой целью. Отличаются и подходы к его производству. Но нельзя сказать, что первый вариант менее результативный.

— Проектирование импакта — сложный процесс. Гораздо легче достичь эффекта, когда автор искренне горит какой-то темой, — пояснила «Известиям» гендиректор ЦСП «Платформа» Мария Макушева. — Хороший пример — «Нелюбовь» Андрея Звягинцева. Он же сделал движению «Лиза Алерт» более мощную рекламу, чем десятки специализированных фильмов о волонтерстве!

Кадр из фильма «Нелюбовь»
Фото: arte France Cinéma

По словам Марии Макушевой, главный фактор зрительского успеха — вовсе не наличие импакт-элемента, а качество проекта. Только если фильм конкурентоспособен сам по себе, имеет смысл рассматривать его с точки зрения воздействия.

Солидарен с ней и киноэксперт Иван Кудрявцев.

— Кино — это чудо. Когда ты пытаешься сделать его «в пробирке», то рискуешь спугнуть. Оно очень не любит искусственных замыслов в духе «давайте мы будем воздействовать на людей, создав вот такую историю». Среди по-настоящему успешных российских фильмов я не вижу тех, что сделаны «в пробирке», — считает Иван Кудрявцев. — Успеха добиваются ленты людей, искренне увлеченных и стремящихся создать хорошее кино. Просто оно может получиться еще и полезным. Пример — «Движение вверх», которое сформировало моду на баскетбол у нынешних школьников. Уверен, такой задачи авторы не ставили. Но — получилось.

Эксперт признаёт: запрос на социально значимое кино действительно есть. Просто зритель не формулирует его для себя

именно таким образом. Но он хочет смотреть фильм, который сможет потом со всеми обсудить — а такое кино может быть только актуальным. Тем не менее актуальность не надо понимать как погоню за хайпом и реакцию на горячие новости. Большие значимые темы должны «отлежаться», чтобы получить достойное воплощение на киноэкране.

Кадр из фильма «Движение вверх»
Фото: Студия Тритэ

Дополнительно усложняют ситуацию различия в тематических запросах зрителей разных поколений. Так, согласно опросу «Платформы», молодежи интереснее фильмы о гражданских темах, экологии и об актуальной для своего возраста проблематике, например о школьном буллинге. В свою очередь, публике постарше хочется видеть на экране сюжеты об истории страны, о войне и патриотизме.

Экран большой и малый

Готовы к созданию импакт-кино и режиссеры. Идея о том, что настоящему художнику надо заниматься лишь искусством ради искусства, постепенно теряет привлекательность, а возможность

повлиять на зрителей, затронуть то, что их действительно волнует, — наоборот.

— Сегодня многие молодые кинематографисты задумываются над импакт-темами. Это гендерное равенство, борьба с насилием в семье и школе, разные права для людей с ограниченными возможностями, национальное многообразие нашего Отечества, — рассказал «Известиям» режиссер, основатель кинофестиваля «Золотой ворон» Филипп Абрютин. — Так, на нашем фестивале количество заявок, которые можно условно отнести к импакт-тематике, с каждым годом увеличивается. Да и сам смотр, ориентированный на страны Севера, — это импакт-событие. Мы получаем много картин, связанных с жизнью в суровых, экстремальных условиях, — это позволяет обмениваться опытом и моделями разрешения острых социальных вопросов.

Особым драйвером импакт-кино сегодня являются онлайн-платформы. Особенно это чувствуется в многосерийных проектах.

Кадр из сериала «Вампиры средней полосы»
Фото: Yellow, Black & White

— Лучшие сериалы последних нескольких лет, включая развлекательные, например «Вампиры средней полосы», кричат о

том, что в обществе есть проблемы, которые нельзя оставлять без внимания, — поделилась с «Известиями» Наталья Клибанова, гендиректор «АмедиаПродакшн». — Российская индустрия только учится работать с таким контентом, чтобы он не выглядел социальным заказом, а был захватывающей, эмоциональной историей. Как, например, сериал «Хрустальный». Наша компания тоже двигается в этом направлении, но пока больше в сериальном формате.

Об успехе сериалов с сильной импакт-составляющей говорит и Светлана Баланова.

— По нашим импакт-проектам мы видим хороший коммерческий результат и хорошие охваты. Например, вышедшее весной на СТС шоу «Колледж» показало высокий результат — совокупный охват в эфире составил 40 млн человек и 47 млн в интернете. Сериал «Трудные подростки» — коммерчески успешный продукт, второй сезон также посмотрели более 40 млн человек, — отметила гендиректор НМГ.

Холдинг намерен расширять линейку социально значимого контента — речь и о полном метре, и о шоу и сериалах. По словам Светланы Балановой, НМГ до конца 2022 года выпустит не менее десяти таких проектов. Кроме того, развивается дистрибуция короткометражных импакт-картин, созданных студентами киношколы «Индустрия», а на стриминге more.tv в ближайшее время появится отдельная подборка вдохновляющего кино.

Сергей Уваров
Дарья Ефремова

Читать на сайте Известия