

## ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-135-140  
УДК 159.9(045)

# Технологии трансляции ценностных установок через продукцию Голливуда в 2000–2023 годах

М.И. Минасов

Финансовый университет, Москва, Россия

## АННОТАЦИЯ

В статье поднимается вопрос об особенностях и динамике восприятия ценностных ориентиров кинопродукции Голливуда в современном мире. На примере культовых фильмов различных режиссеров рассматривается образ идеального героя и общей национальной идеи, которая через кинематограф передается обществу и влияет на массовое сознание с помощью различных средств и технологий. Проводится анализ примеров использования манипулятивных технологий в голливудских фильмах и последствий от данных действий. Также раскрывается аспект коммерческой успешности фильмов и зависимость величины кассовых сборов от мнения кинокритиков, пресс-показов и полученных кинопремий в XXI в.

**Ключевые слова:** массовое сознание; коммуникация; ценностные ориентиры; национальная идея; кинематограф; Голливуд; окупаемость кинопродукции; политическая повестка

*Для цитирования:* Минасов М.И. Технологии трансляции ценностных установок через продукцию Голливуда в 2000–2023 годах. *Гуманитарные науки.* 2023;13(2):135-140. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-135-140

## ORIGINAL PAPER

# Technologies of the Value System Translation through Hollywood Products in 2000–2023

M.I. Minasov

Financial University, Moscow, Russia

## ABSTRACT

The article discusses the issue of current value perception and value orientations in Hollywood Animation Industry, especially its features and dynamics. Moreover, the paper provides the analysis of an ideal hero and the national idea concepts that affect the mass consciousness and collective thinking through their representation in the film industry. This analysis is based on cult films of various directors. Examples of manipulative technologies employed in Hollywood films and their consequences are also provided and analyzed. In addition, the article discusses the aspect of the commercial success of films and the dependence of the box office revenue on the opinion of film critics, press screenings and received film awards in the XXI century.

**Keywords:** mass consciousness; communication; value orientations; national idea; cinema; Hollywood; box office revenue; political agenda

*For citation:* Minasov M.I. Technologies of the value system translation through Hollywood products in 2000–2023. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University.* 2023;13(2):135-140. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-135-140

**В** современном мире важную роль играют средства массовой коммуникации (СМК). Они являются главными источниками трансляции сообщений и сигналов для общества со стороны элиты. СМК прошли долгий путь эволюции и имеют возможность с помощью различных технических устройств передавать сообщения в самые дальние части нашей планеты и даже за ее пределы, в космос. Газеты, радио и телевидение являются классическими и основными источниками передачи информации. Однако данный список был бы неполным без кинематографа. Приходя в кинотеатр, мы смотрим фильм и порой даже не задумываемся, сколько человек трудились над его созданием. Люди, чьи многочисленные имена и фамилии мы видим в титрах, несколько лет работали над тем, чтобы зритель смог испытать эмоции, стать участником событий, ответить на определенные вопросы и просто насладиться фильмом. Однако главным в съемочной команде является режиссер, который не только определяет структуру всего фильма, но и создает определенные настроения и смыслы, которые будут переданы зрителю в процессе просмотра фильма, а значит, будут воздействовать на его сознание и создавать коммуникацию зрителей и режиссера. По данной теме существует множество публикаций, которые раскрывают феномен воздействия кинематографа на массовое сознание [1–6].

Кинематограф может выступать посредником между государством и обществом. Его, как и СМИ, часто рассматривают в качестве «четвертой власти», обладающей масштабным и многосторонним влиянием на чувства и сознание граждан. Киноиндустрия зачастую старается подстроиться под существующую реальность и выпускает такие фильмы, которые будут необходимы в определенной мировой или локальной (в рамках страны) ситуации. Кроме того, кинокартины, создавая новую реальность, помогают людям абстрагироваться от существующих в мире проблем, оказаться во вселенной, которая существует лишь на экране кинотеатра, выполняя функцию психологической разгрузки для человека. «Что бы ты ни делал в кино, ты всегда выбираешь, что показывать, и в этом смысле все равно манипулируешь зрительным восприятием реальности,

как бы диктуя ему, что реально, а что — нет. В этом смысл кинематографа» [7].

Главной мировой площадкой по созданию кинопродукции является Голливуд — район Лос-Анджелеса, расположенный к северо-западу от центра города, в штате Калифорния<sup>1</sup>. Здесь находится множество киностудий, роскошные особняки американских звезд, съемочные площадки и известные достопримечательности. Однако Голливуд особо интересен как важный институт пропаганды определенных ценностей и идеалов при создании кинопродукции, формально он свободен, но в действительности является жестко регламентированной системой, которая должна угодить правящей элите, дать ей возможность заработать денег и сформировать определенные умонастроения у граждан. «Сегодня Голливуд — это мощная машина по перестройке и программированию сознания, где все продумано и осуществляется по четко заданным стандартам. Она представляет собой сложную систему. Заказчиком кино является крупный бизнес, так что ни сценарист, ни режиссер не обладают никакой свободой»<sup>2</sup>. Исключение составляют случаи, когда съемку фильма доверяют очень известному режиссеру, например Кристоферу Нолану или Квентину Тарантину. В такой ситуации мнение одного человека действительно может превалировать над идеями целой корпорации, однако и здесь безграничную свободу творчества им никто дать не осмелится, поэтому зачастую все приходит к компромиссу. Киноиндустрия — это прежде всего бизнес, где главной целью является заработок денег, а создание фильма — довольно трудоемкий и длительный процесс. Необходимо просчитать все риски и сделать фильм как можно более кассовым. Однако для этого недостаточно просто снять хорошее кино, нужно изучить настроения правящего класса, проанализировать общественные запросы и провести рекламную кампанию с использованием различных инструментов воздействия на массовое сознание — т. е. сделать так, чтобы зритель пошел на фильм.

<sup>1</sup> Голливуд — символ киноиндустрии США. URL: [https://meet-usa.com/ru/article/gollivud-simvol\\_kinoindustrii\\_ssha/](https://meet-usa.com/ru/article/gollivud-simvol_kinoindustrii_ssha/) (дата обращения: 10.03.2023).

<sup>2</sup> Голливуд — история зомбирования народов. URL: <https://goodspb.livejournal.com/1035345.html> (дата обращения: 10.03.2023).

Наиболее значимыми факторами коммерческой успешности фильма в американской киноиндустрии являются следующие:

1. Рейтинг фильма. Грамотно выстроенная информационная политика в преддверии выхода фильма позволяет его создателям спрогнозировать успех. Бывают случаи, когда рейтинг специально занижают по заказу конкурентов. Делается это через СМИ или ангажированных кинокритиков, которых приглашают на закрытые показы.

2. Использование цифровых PR-технологий. Голливуд для продвижения своих кинопроектов активно работает с социологами и психологами, при помощи которых проводятся исследования по эффективности воздействия на массовое сознание. Данный процесс происходит на этапе создания фильма, например чтобы сделать сценарные решения более неожиданными и запоминающимися, а также во время рекламной кампании. Создаются интернет-дискуссии, а на популярные ток-шоу приглашаются актеры и создатели фильма.

3. Контроль государства. Регулирование отрасли осуществляется многочисленными правовыми актами, правительственными агентствами и комиссиями, отраслевыми организациями, ассоциациями и союзами. Отрасль имеет своих лоббистов в Сенате и Конгрессе США. А безопасность авторских прав обеспечивает Международный альянс интеллектуальной собственности (ИПРА), созданный в 1984 г.

4. Политический подтекст. Существенное значение имеют и механизмы «идеологического самоконтроля» производителей фильмов. Американский кинематограф является одним из самых эффективных инструментов публичной дипломатии и пропаганды США не только потому, что он позволяет напрямую «влиять на мышление народов зарубежных стран», но и потому, что среднестатистический представитель массовой аудитории вряд ли подумает о целенаправленности и намеренном характере этого влияния<sup>3</sup>.

5. Соответствие требованиям кинопремий. Оскар — главная американская кинопремия,

учрежденная в 1929 г. и традиционно вручаемая деятелям киноискусства за их вклад в создание кинофильмов. Церемония награждения проводится ежегодно в Лос-Анджелесе,

---

***Кинематограф может выступать посредником между государством и обществом. Его, как и СМИ, часто рассматривают в качестве «четвертой власти», обладающей масштабным и многосторонним влиянием на чувства и сознание граждан. Киноиндустрия зачастую старается подстроиться под существующую реальность и выпускает такие фильмы, которые будут необходимы в определенной мировой или локальной (в рамках страны) ситуации. Кроме того, кинокартины, создавая новую реальность, помогают людям абстрагироваться от существующих в мире проблем, оказаться во вселенной, которая существует лишь на экране кинотеатра, выполняя функцию психологической разгрузки для человека.***

---

се, в театре «Долби», и транслируется в прямом эфире в десятках стран мира. Однако у данной кинопремии в последнее время все чаще возникают проблемы с репутацией. Ее организаторов обвиняют в коррупции, нечестном присуждении кинонаград, чересчур субъективной оценке и т. д. В связи с этим мнение зрителей, а также людей из киноиндустрии разделилось: кто-то бойкотировал вручение кинопремии, осознав, что «Оскар» давно превратился в «политический манеж», где одним из ключевых критериев для вручения премии является не вклад в искусство, а наличие остросоциальной темы, наиболее

<sup>3</sup> Американский кинематограф как инструмент публичной дипломатии США. URL: [https://www.afjournal.ru/index.php?page\\_id=303](https://www.afjournal.ru/index.php?page_id=303) (дата обращения: 11.03.2023).

актуальной для представителей определенных меньшинств, среди которых ЛГБТ-сообщество, приверженцы феминизма и защиты прав чернокожих. Некоторые же до сих пор считают премию высшей наградой индустрии кинематографа, самой престижной в мире. А, значит, фильм, победивший в данной кинопремии, автоматически становится коммерчески успешным.

Американский кинематограф довольно динамичен в транслировании зрителям определенных норм и ценностей. С начала XXI в. в Голливуде было снято множество фильмов, каждый из которых затрагивал различные темы в обществе. На основе культурологических источников можно выделить следующий список основных американских ценностей: «прямолинейность, индивидуализм и личная свобода, потребительство, демократизм в общении»<sup>4</sup>.

Также в голливудских фильмах прослеживаются определенные паттерны, которые можно интерпретировать следующим образом: женщины умнее и сильнее мужчин, феминизм («Три билборда на границе Эббинга, Миссури», «Опасная игра Слоун»); фильмы со «взрослыми» детьми, которые повествуют о компании несовершеннолетних, способных раскрыть преступление, выполнить ответственное задание, сорвать план главного злодея («Один дома», «Дети шпионов»); отсутствие традиционных семейных ценностей и демонстрация в фильмах неполной семьи, разводов, брошенных детей, свободы выбора, однополых отношений («Красота по-американски», «Детки в порядке»); борьба с расизмом — афроамериканские актеры практически всегда играют положительных персонажей («Зеленая книга», «1+1»); политическая элитарность и демонстрация американцев как сверхнации с лучшими учеными, врачами, военными и техническими разработками («Основатель»); свобода действий и безграничный потенциал каждого индивида общества («Области тьмы»); переписывание истории, когда факты, даты и персоналии видоизменяются, появляется художественный вымысел, добавляются новые подробности, не имеющие ничего общего с реальностью («Гладиатор», «Список Шиндлера»); защита экологии,

активная демонстрация в фильмах возобновляемых источников энергии и экологически чистого и безвредного производства и др.

Голливудские фильмы смотрят во всем мире. А ценности, транслируемые через кинопродукцию, воздействуют не только на американского зрителя, но и на представителей других наций и государств. В этом плане примечательна «русская тема» в американском кинематографе. В постсоветский период она звучала по-разному. Однако в последние годы, в связи с конфликтом между Россией и Западом, она стала сдвигаться в направлении русофобии. В частности, многие голливудские блокбастеры все чаще стали изображать русских злодеями, бандитами, варварами, угрожающими всему цивилизованному миру<sup>5</sup>. Так, например, в фильме «Железный человек 2» (2010 г., реж. Джон Фавро) одним из злодеев является российский ученый-физик Иван Ванко, который мстит главному герою. А в фильме «Довод» (2020 г., реж. Кристофер Нолан) главный антагонист — Андрей Сатор, русский олигарх, который при помощи секретного оружия из будущего хочет уничтожить весь мир<sup>6</sup>. Формирование подобных образов выгодно для американской политической элиты. Воздействие на массовое сознание потенциального электората идет одновременно с политическими действиями Правительства США. И кинематограф в этом плане является одним из наиболее эффективных инструментов пропаганды, ведь далеко не все американцы любят читать новости и получать информацию из СМИ. А кино позволяет через развлекательный формат транслировать идеологические приоритеты и побуждать общество к определенным мыслям, выводам и даже действиям.

Кинематограф является «проводником определенной идеологии» (в широком смысле этого слова, как понимал ее С. Эйзенштейн), т. е. системы мировосприятия, «целого сложного комплекса опыта, знаний, обычаев, традиций, нравов, норм, идеалов, морали, соответствующих конкретному обществу. Кинематог-

<sup>4</sup> Американский кинематограф и его влияние. URL: <http://conf.omua.ru/content/amerikanskiy-kinematograf-i-ego-vliyanie> (дата обращения: 11.03.2023).

<sup>5</sup> Почему Голливуд все время изображает русских плохими парнями. URL: <https://profile.ru/culture/movie/pochemu-gollivud-vse-vremya-izobrazhaet-russkix-ploximi-parnyami-137998/> (дата обращения: 11.03.2023).

<sup>6</sup> 10 самых колоритных злодеев в голливудских фильмах. URL: <https://www.film.ru/articles/10-samyh-koloritnyh-russkih-zlodeev-v-gollivudskih-filmah> (дата обращения: 11.03.2023).

раф во многом ответственен за ценностные ориентации, которые обеспечивают сохранение общества, его структуры и форм жизни». К сожалению, на Западе данная система давно пошла по своему собственному пути, который сейчас представляет предмет дискуссий, новых предложений, а иногда даже осуждений.

Добиться расположения зрителя и внушить определенную идею или ценность можно с помощью различных инструментов воздействия. Одним из наиболее эффективных и простых являются метод многократных повторов с целью внушения («метод Геббельса»)<sup>7</sup>. В серьезной драме Даррена Аронофски «Реквием по мечте» данная технология четко иллюстрируется через ежедневный просмотр телешоу, которое как бы внушает главной героине определенные ценности и идеалы, из-за чего она начинает уходить от реального мира, закликаясь только на этом шоу. На Западе считается, что одной из высших ценностей человечества является возможность быть тем, кем хочется: выглядеть, одеваться, вести себя и идентифицировать в обществе, — поэтому подобные идеи транслируются и через кинематограф.

Еще одним способом внушения определенных ценностных ориентиров является возведение частного в правило. Данная технология активно используется в информационном пространстве в наши дни. Трагедию, произошедшую в финале фильма Клинта Иствуда «Гран-Торино», журналисты могут описать так: «За последний год в районе нашего города участились нападения уличных банд на местных жителей. Вчера вечером зверски

был расстрелян автомеханик, который вступил в конфликт с одной из банд». Данные события нельзя считать причинно-следственной связью. При просмотре кинокартины зритель часто забывает про художественный вымысел и начинает верить всему, что происходит на экране. Особенно это прослеживается в фильмах с припиской «основано на реальных событиях». Определенные эпизоды откладываются у человека в сознании и формируют его картину мира вместе со стереотипами и моделями поведения, которые он потом демонстрирует в обществе.

Сам феномен манипуляции с помощью кинематографа проявляется в широком разнообразии приемов и технологий, используемых Голливудом при создании фильмов. Если в начале развития кинематографа кинокартины манипулировали сознанием общества напрямую, и зритель быстро считывал это, то сейчас выявить манипуляцию стало гораздо труднее. В связи с этим можно утверждать, что возможности воздействия на массы теперь практически неограниченные. Чтобы не стать объектом манипулирования, индивид должен уметь анализировать получаемую информацию. Данная способность очень важна в современном мире, где количество «шума», ежедневно появляющегося в информационном пространстве, растет с каждой новой публикацией. Важная и значимая для общества информация «заглушается» одинаковыми и повторяющимися на разных сайтах фактами, которые притупляют желание узнать об объекте новости поподробнее [8]. Из-за этого массовое сознание, особенно через кинематограф, с легкостью подвергается манипулятивному воздействию для формирования нужного идеологического курса в различных сферах жизнедеятельности общества.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Холмогоров Е. С. Истина в кино. Опыт консервативной кинокритики. М.: Книжный мир; 2018. 640 с.
2. Смит Й. Х. Главное в истории кино. Фильмы, жанры, приемы, направления. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2021. 224 с.
3. Сегер Л. Скрытый смысл: Создание подтекста в кино. М.: Альпина Диджитал; 2018. 204 с.
4. Мэмет Д. О режиссуре фильма. М.: Ад Маргинем Пресс; 2019.
5. Люмет С. Как делается кино. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2018. 256 с.
6. Шон Т. Кристофер. Нолан: фильмы, загадки и чудеса культового режиссёра». Пер. с англ. М.: Издательство АСТ; 2023. 384 с.
7. Джармуш Д. Интервью. Пер. с англ. СПб.: Издательский Дом «Азбука-классика»; 2007.
8. Михайлова Я. Д. Социальные функции кинематографа. *Молодой ученый*. 2018;16(202):272–274.

<sup>7</sup> Методы манипулирования общественным мнением. URL: <https://www.stud24.ru/sociology/metody-manipulirovaniya-obshhestvennym-mneniem/380185-1209177-page2.html> (дата обращения: 12.03.2023).

## REFERENCES

1. Kholmogorov E. S. Truth in Cinema. Experience of conservative film criticism. Moscow: Book World; 2018. 640 с. (In Russ.).
2. Smith J. H. The main thing in the history of cinema. Films, genres, techniques, trends. Transl. from Eng. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2021. 224 с. (In Russ.).
3. Seger L. Hidden meaning: The subtext in cinematography. Moscow: Alpina Digital; 2018. 204 с. (In Russ.).
4. Mamet D. On directing film. Moscow: Ad Marginem Press; 2019. (In Russ.).
5. Lumet S. How film is made. Transl. from Eng. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2018. 256 с. (In Russ.).
6. Sean T. Christopher. Nolan: films, mysteries and wonders of the cult director. Translated from Eng. Moscow: AST Publishers; 2023. 384 с. (In Russ.).
7. Jarmusch D. Interview. Transl. from Eng. St. Petersburg: Publishing House "ABC-classica"; 2007. (In Russ.).
8. Mikhaylova Y. D. Social functions of cinematography. *Molodoj uchenyj*. 2018;16(202):272–274. (In Russ.).

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

**Михаил Игоревич Минасов** — студент 4-го курса факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

**Mihail I. Minasov** — 4<sup>th</sup> year undergraduate student, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0009-0009-1567-9494>

minasovmi@gmail.com

*Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.*

*Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.*

*Статья поступила 15.03.2023; принята к публикации 30.03.2023.*

*Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.*

*The article was received on 15.03.2023; accepted for publication on 30.03.2023.*

*The author read and approved the final version of the manuscript.*