

## КИНО КАК ИНСТРУМЕНТ МЯГКОЙ СИЛЫ ГОСУДАРСТВА НА ПРИМЕРЕ КИНЕМАТОГРАФА ИСПАНИИ И США

**Куликова Дарья Николаевна,**

*кандидат исторических наук,*

*доцент кафедры международных отношений*

*и регионоведения*

*Новосибирского государственного технического университета,*

*Россия, 630092, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20*

ORCID: 0000-0002-9606-7853

d.kulikova@corp,ntsu.ru

### Аннотация

В статье рассматривается кино как инструмент мягкой силы государств на примере кинематографа Испании и США. Показаны разные подходы: с одной стороны, США, которые используют универсальные концепты, с другой – Испания, использующая стереотипные представления и узнаваемые образы о своей стране. В американских фильмах чаще всего обращаются к общечеловеческим темам, понятным всем людям: борьба добра и зла (причем зло – универсальное, грозящее всему миру, а добро – США), любовь, счастье, сострадание. Даже если в американских кинолентах поднимаются вопросы сугубо национальные (например, расизм), данные проблемы подаются как общечеловеческие: как проблема человеческого достоинства, чести и т. п. В испанском кино активно используются устоявшиеся стереотипы об Испании, ее культуре: коррида, фламенко, андалузский фольклор, традиционная кухня и одежда (например, костюм матадора), а также типичные, узнаваемые образы испанского мужчины и женщины («испанский мачо» Антонио Бандерас и смуглая, страстная, красивая «Кармен» – Пенелопа Крус) – всё это формирует понятие *españolada*. В США официально не оказывается поддержка своего кинопроизводства, а осуществляется координация и проводятся консультации с кинокомпаниями и режиссерами через неофициальные ресурсы, прежде всего через Американскую ассоциацию кинокомпаний, в руководстве которой много бывших чиновников Белого дома. Испания, напротив, активно поддерживает своих кинопроизводителей, помогает продвигать испанские киноленты на международной арене, развивает совместное кинопроизводство, на государственном уровне стимулирует съемки кинофильмов, в том числе и иностранных, с использованием испанских локаций и т. п. Таким образом, можно видеть два разных подхода к кино как инструменту «мягкой силы», и хотя американское кино, безусловно, преобладает на мировом рынке, сле-

дует отметить очевидные успехи испанского кино, которое становится всё более популярным.

**Ключевые слова:** «мягкая сила», кинематограф, кинематограф Испании, кинематограф США, образ страны, политика государства.

**Библиографическое описание для цитирования:**

Куликова Д.Н. Кино как инструмент мягкой силы государства на примере кинематографа Испании и США // Идеи и идеалы. – 2023. – Т. 15, № 2, ч. 2. – С. 459–475. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-459-475.

Изучая кинематограф как инструмент мягкой силы, следует, прежде всего, понимать, что такое мягкая сила. До сих пор в научном и политическом дискурсе нет однозначного определения этому концепту. Условно можно выделить два основных подхода: во-первых, мягкая сила может рассматриваться как целенаправленная внешняя политика государства невоенными средствами, ориентированная на распространение влияния на население других стран, с использованием СМИ, культуры и языка; во-вторых, мягкая сила – это сила языка, культуры и образования, способная влиять на восприятие одного государства обществом другого. В любом случае в центре внимания культура, с помощью которой формируется симпатия к ее носителям.

Одним из универсальных механизмов наращивания и реализации потенциала мягкой силы государства можно назвать кинематограф. Теоретиками искусства отмечается свойство кино воздействовать на массовое сознание [3, с. 174]. Это означает, что кинофильмы могут оказывать влияние на формирование общественного мнения. Если учитывать массовость, то кино является одним из самых эффективных инструментов мягкой силы.

Однако интересно, что кино как инструмент мягкой силы практически не изучают. Так, например, в 2018 году среди 2600 статей, опубликованных в России по тематике мягкой силы (данные РИНЦ), только 5 статей затрагивают вопросы связи зрелищной культуры и мягкой силы [12, с. 233]. Конечно, за последние несколько лет количество статей увеличилось, но процентное соотношение остается примерно то же. При этом стоит отметить, что те труды, которые есть, преимущественно посвящены не американскому кино, не Голливуду, а китайскому кино как инструменту мягкой силы Китая. Хотя несколько исследований, изучающих связь американского кино и политики, можно выделить [1, 14, 15].

Примерно такая же ситуация в англоязычном научном пространстве. Мягкая сила широко исследуется, однако кино как инструмент мягкой силы остается за рамками научного анализа. Можно отметить лишь несколько трудов, в которых изучается взаимоотношение американского кинемато-

графа и американских властей [17, 18, 20]. Тем не менее большая часть публикаций, посвященных взаимосвязи кино как мягкой силы, сосредоточена на китайском кинематографе, несмотря на то что неоспоримое лидерство на мировом рынке принадлежит американскому популярному кино, то есть продукции Голливуда. «Из всей кассы мирового кинопроката в размере \$21,4 млрд половину сборов дали в 2021 г. релизы шести основных киностудий Голливуда» [9].

Отвечая на вопрос, почему кинематограф так мало изучается в качестве инструмента мягкой силы, следует вернуться к определению понятия «мягкая сила». Как уже отмечалось, мягкая сила чаще всего рассматривается как целенаправленная деятельность государства, однако если говорить об американском / голливудском кинематографе, то здесь очень сложно, а иногда невозможно вычленивать деятельность государства, в отличие, скажем, от китайского кинематографа. В этом отношении интересен испанский кинематограф, где, как и в китайском, можно проследить целенаправленную деятельность государства.

Кино служит в первую очередь каналом трансляции, позволяющим прибегнуть к применению широкого спектра факторов, определяющих потенциал мягкой силы. Парадокс, однако, заключается в том, что для повышения эффективности продукт киноиндустрии должен нести в себе элементы, которые вызовут внутренний отклик у представителя любого общества, то есть должен быть универсальным. В том случае, если это элементы национальной культуры, то они должны быть «глобализированы», концентрат национального в кино должен быть разбавлен универсалиями. Такая нейтрализация фактически вовлекает элементы национальных культур в орбиту американской популярной культуры, запуская таким образом мягкую силу США, так как именно американское кино превалирует на международном рынке. Это означает, что необходимо найти такой баланс между национальным и глобальным, чтобы инструмент национальной мягкой силы остался интересным и привлекательным для международного потребителя и при этом не стал пустой популяризацией, лишенной национальной идеи [2, с. 7].

Хотя американское кино несет в себе по большей части универсальные концепты, голливудский кинематограф можно считать основным неофициальным инструментом реализации мягкой силы внешней политики США, средством формирования своего имиджа на международной арене и наращивания привлекательности своего государства [13, с. 71].

В силу своей истории формирования национальная культура Америки условно может быть названа национальной. Национальная культура США — это конгломерат, «плавильный котел» национальных европейских культур. Именно поэтому многие концепты американского кино можно счи-

тать больше универсальными, чем чисто американскими. Ни в коем случае не следует лишать американские фильмы национальной принадлежности. Более того, голливудские фильмы узнаваемы по первым кадрам, специфика американского кино в том, что оно претендует на универсальность. Если это история любви, то она универсальна и понятна каждому; если это сюжет борьбы добра и зла, то зло универсальное, грозящее всему миру, глобальное зло; добро же, конечно, чаще всего США, которые защищают весь мир от глобального зла, будь то коммунизм, терроризм, инопланетяне или глобальная катастрофа. Такие проблемы, которые в большей степени связаны с США, как, например, афроамериканский расизм, редко возникают в американском кино, но если и появляются, то подаются в кино как глобальные, универсальные проблемы, проблемы человеческого достоинства. Примером может служить фильм «Джанго освобожденный» [6]. Таким образом, можно сказать, что голливудские режиссеры и продюсеры стараются сосредоточиться на том, что близко и понятно каждому человеку в любой точке Земли [28, p. 375].

Безусловно, в американских фильмах можно увидеть узнаваемые американские локации (Бруклинский мост, *Эмпайр-стейт-билдинг*, статуя Свободы т. д.). Эти локации, создавая визуальный образ США, становятся своего рода американским брендом. Но американские кинопродюсеры широко пользуются и иностранными локациями. Например, кинотрилогия «Властелин колец» [4] снималась в Новой Зеландии. Удивительно и то, что в американском кино американцы чаще ездят на автомобилях марки «хонда» и «тойота», чем на «фордах». Это в очередной раз помогает зрителям в любой точке Земли почувствовать в некотором смысле близость происходящего на экране, универсальность.

Таким образом, американское кино с некоторой долей условности можно назвать универсальным. Но в этом же и проявляется специфика голливудского кино. Это одна из причин, почему американское кино так популярно, и в то же время его можно рассматривать как инструмент мягкой силы США.

Говоря об американском кино как инструменте мягкой силы США, следует отметить, что в стране не существует механизма государственной поддержки кино, американское кино не субсидируется на государственном уровне. Однако существуют структуры, которые связывают правительство США с киноиндустрией. Такой структурой выступает Американская ассоциация кинокомпаний (Motion Picture Association of America). «Ее штаб-квартира находится в Вашингтоне. Ассоциация выполняет роль своего рода посредника между киностудиями и правительством, являясь лоббистом интересов американской киноиндустрии в конгрессе и органах исполнительной власти. В составе ассоциации пять крупнейших голливуд-

ских киностудий: The Walt Disney Company, Sony Pictures, Paramount Pictures, Universal Studios, Warner Bros., а также развлекательная компания – поставщик фильмов и сериалов Netflix Studios. Ассоциация была основана еще в 1922 году, и ее целью является защита интересов кинопроизводителей как внутри США, так и за рубежом. Говоря о зарубежной деятельности, следует отметить, что основные ее направления включают в себя обеспечение открытости иностранных рынков для американских фильмов и борьбу с пиратством в данной области. Опыт ведения переговоров у Ассоциации столь внушительен, что за ней закрепилось прозвище «Маленький Госдепартамент» [4, с. 113].

Киноассоциация связана с Федеральным правительством США, в Ассоциации много бывших сотрудников Госдепа. В значительной степени Ассоциация состоит из дипломатов, торговых специалистов и юристов с солидным опытом правительственной работы [25, р. 378]. Этот факт наглядно демонстрирует, что правительство США стремится влиять на киноиндустрию, а американская киноиндустрия использует опыт сотрудников правительства для отстаивания и продвижения своих интересов на мировой арене.

После террористических атак 11 ноября 2001 года была организована встреча топ-менеджеров киноиндустрии с Карлом Ровом, главным советником по политическим вопросам президента Дж. У. Буша (президент США в 2001–2009 годах). На этой встрече К. Ров заявил, что индустрия развлечения должна разъяснить, что США ведут войну не с исламом, а с глобальным терроризмом, и ответ на террористические акты должен быть глобальным [25].

Кроме того, американские режиссеры часто приглашают в качестве экспертов представителей Пентагона или Госдепа. Сценарий кинолента может быть откорректирован, если эти советники считают что-то неприемлемым. «Примерами фильмов, снятых с помощью Пентагона, являются “Правдивая ложь”, “День независимости”, “Железный человек”, в которых США представлены некоей доброй силой, а проявление ее военной мощи за границей приносит положительные результаты для всего человечества. Во многих подобных картинах самое большее, что позволяет себе Голливуд в рамках критики в адрес американского вмешательства во внутренние дела других государств, это сюжет, в котором план, основанный исключительно на добрых намерениях, может пойти не так, как ожидалось, при этом жертвами станут сами американцы (как в фильмах “Черный ястреб”, “Мюнхен” и “Осада”» [4, с. 115]. Тем не менее все эти фильмы создают образ США как страны, которая борется с глобальным злом.

Несмотря на то что официально у американского правительства нет целенаправленной программы использования кинематографа в качестве

инструмента мягкой силы, тем не менее американское кино можно с уверенностью рассматривать таковым, оно создает образ Соединенных Штатов как государства – защитника всего мира, пропагандирует американские ценности как глобальные, близкие и понятные всем.

Испанский кинематограф существенно отличается от американского как в отношении государства к нему как к инструменту мягкой силы, так и в плане концептов, которые несет в себе кино. В испанском кино присутствуют ярко выраженные национальные элементы культуры. Следует отметить, что национальный кинематограф как инструмент реализации мягкой силы государства Испании не выделился естественным путем. Феномен «национальное кино» априори формировался как инструмент противостояния глобализационным тенденциям гомогенизации культурной среды и определенной монополии США на обладание выгодным инструментом воздействия на общественное сознание, то есть является уникальным методом осуществления мягкой силы.

Испанское кино пытается сохранить свою национальную идентичность, но при этом быть понятным большинству зрителей, представляющих другие культуры. Национальная культура обладает комплексом элементов, использование которых помогает реализовать потенциал мягкой силы государства в доступных ему масштабах. Во множественной совокупности элементов национальной культуры кинематограф считается наиболее рентабельным инструментом, применимым для реализации внешнеполитических целей. Кинематограф и киноиндустрия в целом, будучи мощным идеологическим инструментом, активно эксплуатируются в контексте построения национальной внешнеполитической концепции Испании.

Образ государства формируется посредством ряда механизмов, среди которых одним из наиболее действенных выступает кинематограф. Кино позволяет продемонстрировать отдельные элементы национальной культуры с наиболее выгодной для государства точки зрения, при этом распространить яркие образы на максимально широкую аудиторию.

В этом отношении можно сказать, что испанское кино – культура Испании в миниатюре – представляет совокупность выходцев из разных областей: испанское кино – это и кастильцы (Альмодовар), и баски (Медем, Ульоа), и выходцы из стран Латинской Америки (эмигрант из Чили Аменабар), и каталонцы (Койшет, Луна), и арагонцы (Саура), каждый из которых может накладывать свой отпечаток на свои произведения.

В испанском кино могут использоваться стереотипные эстетические образы, для того чтобы сделать фильм более знакомым, понятным зрителю и искусственно сформировать национальность ленты.

Прежде всего следует сказать, что в испанских кинолентах демонстрируется и особенно подчеркивается чрезмерная жестокость, в том

числе в фильмах уважаемых режиссеров, спонсируемых министерством и коммерчески успешных [24, р. 137]. Эта жестокость того же происхождения, что и присущая традиционным испанским институтам (например, коррида) и является своеобразным воплощением религиозного жертвоприношения.

Вторым частым элементом современного испанского кино называют маргинализм – демонстрацию нетипичных представителей общества: сексуальных меньшинств, наркоманов, проституток, транссексуалов. Так называемая эротизированная маргинальность Альмодовара [24, р. 432] присуща не только ему, а также, например, Бигасу Луне – второму испанскому режиссеру с мировым именем.

Постановка в центр сюжета маргиналов влечет за собой девиантность семьи, то есть модификацию патриархальной семьи, которая была основой общества франкистской эпохи, что следует понимать как метафору политического перехода [30, р. 79]. Таким образом, жестокость, эротизм и маргинализм, появляющиеся в испанском кино, не что иное, как манифестация свободы от франкистской цензуры и демонстрация границ дозволенного в новой Испании.

В подборке источников элементами объединяющими, а значит, формирующими общую канву испанскости можно выделить следующее:

- танатический дискурс и способы приручения смерти;
- религия;
- образ матери;
- женщина протагонист и изменение гендерных ролей;
- девиантность (семьи и любви).

Эти концепты делают испанское кино узнаваемым, национально специфичным.

Основной целью сферы кино как инструмента мягкой силы Испании является работа на развитие бренда страны. Для брендинга Испании на мировой арене правительство еще в 2012 году разработало программу «Марка Испания» («Marca España») [26]. Работу по использованию кино как инструмента мягкой силы Испании стоит рассматривать с точки зрения качественного и количественного аспектов. Под качественным аспектом понимается формирование и улучшение сформированного образа Испании за рубежом, осуществляемого посредством визуальных образов, к которым можно отнести элементы культуры – эстетические образы, фигурирующие в кино, такие как коррида, фламенко, национальные блюда, а также и личности – актеров, являющихся воплощением образа испанского мужчины и испанской женщины. Необходимо, однако, помнить, что для эффективности на первый план выдвигается и гиперболизируется стереотипное, то есть наиболее узнаваемое. Второй аспект – количественный, подразумева-

ет востребованность, признание, популярность, частоту фигурирования, что позволяет оценить статистика.

Функционирование по обоим направлениям так или иначе неизбежно задействует государство, именно государство на разных уровнях запускает работу кинематографа в широком смысле в качестве инструмента реализации своей внешней политики в сфере продвижения бренда государства и обеспечения, таким образом, благоприятной международной среды для достижения целей в иных сферах.

Не считая национальные кинофестивали, Испания представляет свои киноленты на 99 международных кинофестивалях в год в 41 стране по всему миру. Кроме того, испанские фильмы каждый год представлены на 24 фестивалях испанского кино за рубежом, исторически первым среди них стал фестиваль Cinesraña, который проходит в Тулузе ежегодно с 1996 года.

О значительности испанского кино можно говорить, изучив статистику. Во-первых, стоит отметить, что сборы испанского кино за границей из года в год растут, что является показателем заинтересованности зрителей в испанском кино. Значения, дающие представление о демонстрации испанских кинолент на международных кинофестивалях, нестабильны от года к году, однако в большей степени тенденция выглядит нисходящей. Несмотря на снижение количества представленных картин на кинофестивалях, в период 2011–2020 годов остается довольно высоким количество премий, которыми испанские картины отмечены за рубежом (при среднеарифметическом показателе за весь период 2000–2020 годов около 217 премий в год) [8].

Испанский кинематограф не раз был отмечен Американской киноакадемией. Три испанские киноленты с 2011 года были удостоены премии «Оскар» в номинации «Лучший фильм на иностранном языке»: одна из них авторства Педро Альмодовара («Всё о моей матери» [5]), «Изящная эпоха» [7] Фернандо Труэбы (фильм также отмечен Британской киноакадемией в той же номинации) и картина Алехандро Аменабара «Море внутри» [10]. Кроме того, фильм «Поговори с ней» [11] был награжден «Оскаром» за лучший оригинальный сценарий.

Следует отметить, что мягкая сила испанского кинематографа – это не только фильмы, и даже скорее не фильмы, а люди, которые его создают, т. е. в данном контексте в первую очередь режиссеры и актеры. Немногие испанские актеры широко известны за пределами своей страны, однако этого нельзя сказать о Пенелопе Крус и, возможно, чуть в меньшей степени о Хавьере Бардеме. Несмотря на то что первым испанским актером, добившимся успеха в Голливуде со времен эры немого кино, стал Антонио Бандерас, однако Бардем и Крус – два актера, имеющих международное признание, в том числе премии «Оскар».



Внешность Пенелопы Крус стала стереотипным представлением о внешности испанки, которое ассоциируется с ее средиземноморской внешностью. Образ Пенелопы подсознательно связывается с ее родиной и автоматически вовлекает в манипуляцию с эстетическими образами испанской культуры. Традиционные костюмы, матадоры, колористика, образ Кармен – всё то, что легко узнаваемо и контрастно выделяет Испанию на фоне других культур.

Безусловно, вопрос о том, являются ли «глобализированные» в рамках своей нации образы мужчины и женщины, стереотипные представители своей страны, инструментами мягкой силы Испании, может показаться сомнительным. Однако, как следует из определения, понятие «мягкая сила» представляет собой способность сделать так, чтобы другие захотели того же, чего хотите и вы. В сущности, политика мягкой силы в широком понимании – это рекламная акция, продвигающая не товар, а государство и его бренд. Чтобы запустить этот процесс, необходимо, чтобы человек как можно чаще сталкивался с чем-то или кем-то отмеченным этим брендом. Фильмы как таковые оказываются слишком «громоздкими» для частого и быстрого появления в средствах массовой коммуникации. Личность более мобильна. Соответственно, чем чаще люди видят, например, Пенелопу Крус, тем больше она вызывает в них определенную эмоциональную реакцию; чем чаще людям напоминают о ее испанском происхождении, тем крепче становится ассоциация, тем чаще их эмоциональное отношение к ней проецируется на Испанию в целом.

Эстетические образы, такие как коррида, фламенко, андалузский фольклор, традиционная кухня и одежда (например, костюм матадора), будучи ключевыми стереотипами о стране, формируют понятие эспаньолады. Эспаньолада – это понимание испанскости в национальном кино, которое сводится к утробованию национального колорита. Эспаньолада – не аутентичное представление Испании, а французское изобретение. Следует отметить, что образ Кармен, считающийся стереотипным образом испанки, был также создан французами, как и все ключевые стереотипы об испанцах и испанской культуре [27, р. 31]. Однако такое представление Испании очень узнаваемо и основывается на стереотипах о стране.

Помимо визуализации образов, важная роль принадлежит маркетингу мест, осуществляемому посредством кино при поддержке автономных провинций. Именно автономии являются одним из основных источников финансирования испанского кино с целью продвижения местных достопримечательностей и культуры. В Испании существует 31 региональная кинокомиссия. Кинокомиссия выступает независимой некоммерческой структурой, главной задачей которой является продвижение региона по-

средством кино, а также привлечение международных кинопроектов, их организация и поддержка на всех стадиях производства.

В Испании широко развита практика привлечения иностранных кинематографистов к съемкам на испанских локациях. Заинтересованность в привлечении к осуществлению иностранных и международных кинопроектов на своей территории объясняется тем, что это также способствует продвижению образа Испании за рубежом и увеличивает интерес к местным локациям, что важно для туристической сферы. Таким образом, Испания вовлечена в масштабную рекламную кампанию своей страны не только в сфере туризма, но и на просторах киноиндустрии.

Стоит подчеркнуть, что кино и непосредственно совместное кинопроизводство является одной из разновидностей международного сотрудничества. Следовательно, активная роль здесь отводится государству. Международное кинопроизводство помогает получить доступ к новым источникам финансирования. Совместное кинопроизводство выгодно для сторон, так как фильм производится несколькими странами, что, в свою очередь, упрощает доступ к национальному рынку и позволяет осуществить запуск фильма в прокат на более выгодных условиях.

При совместном производстве минимальным обязательным условием принято задействование хотя бы одного испанского автора (композитор, сценарист и т. д.). При совместном производстве двух стран участие каждой стороны составляет 20–80 %, при многостороннем проекте минимальная доля участия не может составлять менее 10 %, а наибольшая не может превышать 70 % [19].

Испания заключила двусторонние договоры о совместном кинопроизводстве с 21 страной. Кроме того, Испания подписала европейскую конвенцию о совместном производстве [23] и договор о латиноамериканском совместном кинопроизводстве [21], а также конвенцию об интеграции сферы ибероамериканского кинематографа [22]. В целом договоры имеют схожее содержание. В них есть пункты о расширении и укреплении сотрудничества и взаимного обмена опытом в сфере кинопроизводства; взаимное проведение недель кино; участие фильмов и синеастов в кинофестивалях на территориях государств, подписавших договор; поощрение и сотрудничество в области исследований, связанных с кинематографом, и обмен специалистами, а также в них освещаются вопросы проката, распространения фильмов без всяческих ограничений и условия съемок.

В рамках межгосударственных отношений в сфере кино следует отметить участие Испании в европейских и международных органах принятия решений в сфере кино. Важным вкладом со стороны государства является обеспечение наднациональных условий для создания и продвижения фильмов как инструментов мягкой силы. Наиболее значительно выделя-

ются программа МЕДИА Европейского союза, цель которой – создание благоприятной среды для развития европейской индустрии мультимедиа, кино и других аудиовизуальных искусств; фонд Совета Европы Eurimages, предназначенный для совместного производства, распространения и демонстрации европейских киноработ, и Ibermedia – программа, запущенная ибероамериканской конференцией кинематографистов для развития кино и аудиовизуальных искусств на ибероамериканском пространстве.

В 1996 году на Ибероамериканском саммите глав государств и правительств было принято решение о создании «Ибермедиа». «Ибермедиа» – программа стимулирования совместного кинопроизводства стран Латинской Америки (Аргентина, Боливия, Бразилия, Колумбия, Коста-Рика, Куба, Чили, Эквадор, Гватемала, Мексика, Панама, Парагвай, Перу, Пуэрто-Рико, Доминиканская Республика, Уругвай, Венесуэла), Испании и Португалии. Миссия – создание ибероамериканского аудиовизуального пространства путем финансовой помощи через договоры с независимыми кинопроизводителями стран-членов. Цели «Ибермедиа» можно свести к следующему:

- оказание финансовой помощи в реализации фильмов, нацеленных на рынок, особенно ибероамериканский;
- создание благоприятных условий для интеграции ибероамериканских фирм-производителей;
- продвижение совместного производства независимых ибероамериканских производителей, оказание финансовой и технической помощи;
- предоставление поддержки в размере 20–80 % [16].

Таким образом, можно выделить три уровня поддержки кинематографа:

- наднациональный (европейские фонды: Eurimage, Euromed, программа Media; ибероамериканское пространство: Ibermedia) – практика совместного кинопроизводства;
- национальный (Министерство культуры, образования и спорта Испании; в том числе Институт кинематографа и аудиовизуальных искусств);
- субнациональный (правительства автономий – департамент культуры и туризма).

Государство заинтересовано в создании фильмов, которые продемонстрируют принадлежность Испании к европейской цивилизации и ибероамериканскому пространству (государство занимается созданием условий для совместного кинопроизводства – заключает дву- и многосторонние договоры), в которых будет показана Испания (ее культурное наследие, география, история, ценности) для привлечения туристов (с этой целью не только финансируются собственные фильмы, но и привлекаются иностранцы к съемкам фильмов на своей территории). Важным аспектом также служит продвижение фильмов: финансирование кинофестивалей (что помогает привлечь туристов, поэтому поддержка осуществ-

вляется и на субнациональном уровне), кинопоказов, распространение фильмов.

Для продвижения кино за рубежом существуют также специальные платформы. Так называемые международные рынки кино – событие-платформа для международного продвижения испанского кино. Цель – сформировать международные продажи испанских кинолент и информировать специализирующуюся прессу о новинках. Одним из самых важных рынков является проводимый уже более десяти лет в рамках кинофестиваля в Малаге скрининг, то есть отбор [29].

Сфера кино широко и многосторонне эксплуатируется в рамках внешней политики Испании в области культуры, направленной на построение и улучшение бренда страны в целом. Применение инструментов данной сферы происходит на различных уровнях. Фильм как инструмент сам по себе позволяет скомбинировать применение разноплановых визуальных образов, в том числе элементов и атрибутики национальной культуры. Личность, связанная со сферой кино, то есть актеры и режиссеры, сами по себе вне испанских фильмов, – еще один инструмент реализации экспорта испанскости. Локация, географическая или архитектурная, также является инструментом, так как при демонстрации в фильмах, национальных, совместных или иностранных, позволяет обратить внимание на свою принадлежность к Испании. Сфера кино позволяет стимулировать и другие области, непосредственно с ней связанные, а значит, способствовать развитию экономики. Кроме того, политика государства, нацеленная на формирование привлекательных условий для осуществления съемок на своей территории, приносит не только финансовые выгоды, но и позволяет обеспечить рабочие места для испанцев. Участие испанцев в международных проектах, а также цитирование особенностей голливудских фильмов обеспечивает расширение масштабов воздействия испанской мягкой силы.

Американский кинематограф, в отличие от испанского, апеллирует к универсальным концептам, близким и понятным каждому человеку, независимо от национальной принадлежности, и при этом такая универсальность удивительным образом ассоциируется с Соединенными Штатами Америки.

### Литература

1. *Артамонова У.З.* Американский кинематограф как инструмент публичной дипломатии США // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. – 2020. – № 2. – С. 110–122.
2. *Астахов Е.М.* Мировая практика культурной дипломатии // Диалог культур и партнерство цивилизаций: VIII Международные Лихачевские научные чтения, 22–23 мая 2008 г. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2008. – С. 7.

3. *Базен А.* Что такое кино? – М.: Искусство, 1972. – 384 с.
4. Властелин колец: Братство кольца: фэнтези, драма, приключение / реж. П. Джексон; в главных ролях: Эл. Вуд, Ид. МакКеллен, В. Мортенсен. – [2001]. – 1 DVD-ROM.
5. Всё о моей матери: драма / реж. П. Альмодовар; в главных ролях: С. Рот, М. Паредем, П. Крус. – [1999]. – 1 DVD-ROM.
6. Джанго освобожденный: спагетти-вестерн, драма, комедия / реж. К. Тарантино; в главных ролях: Дж. Фокс, К. Вальц, М. Верду. Л. Ди Каприо, К. Вашингтон, С.Л. Джексон. – [2012]. – 1 DVD-ROM.
7. Изящная эпоха: драма, мелодрама, комедия / реж. Ф. Труэба; в главных ролях: П. Крус, Г. Диего, М. Верду. – [1992]. – 1 DVD-ROM.
8. Испанский кинематограф. – URL: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/595912> (дата обращения: 26.05.2023).
9. Итоги 2021 года для киностудий Голливуда: Дисней снова впереди всех. – URL: <https://kinobusiness.com/news/itogi-2021-goda-dlya-kinostudiy-gollivuda-disney-snova-vperedi-vsekh/> (дата обращения: 26.05.2023).
10. Море внутри: драма, мелодрама, биография / реж. А. Аменабар; в главных ролях: Х. Бардем, Б. Руэда, Л. Дуэньяс. – [2004]. – 1 DVD-ROM.
11. Поговори с ней: драма, мелодрама / реж. П. Альмодовар; в главных ролях: Х. Камара, Д. Грандинетти, Л. Уотлинг. – El Deseo, [2002]. – 1 DVD-ROM.
12. *Тузовский И.Д., Складова В.С.* Зрелищная сила как ресурс мягкой силы информационного общества // Культура и цивилизация. – 2018. – Т. 8, № 1А. – С. 230–237.
13. *Филимонов Г.Ю.* Неофициальная внешняя культурная политика как компонент «мягкой силы» США // США-Канада: экономика, политика, культура. – 2007. – № 4. – С. 69–82.
14. *Халилов В.М.* Современное американское кино и неолиберальная идеология // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2019. – № 2 (590). – С. 112–127.
15. *Юсев А.Б.* Киноидеологос: опыт социополитической интерпретации кино. – СПб.: Алетейя, 2016. – 272 с.
16. Acuerdo de coproducción // Programa Ibermedia: website. – URL: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/ACUERDO-DE-COPRODUCCI%C3%93N-Madrid-2000.pdf> (accessed: 26.05.2023).
17. *Alford M.* Reel Power: Hollywood Cinema and American Supremacy. – New York: Pluto Press, 2010. – 232 p.
18. *Alford M., Secker T.* National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood. – Bath: Oddfiger Books, 2017. – 264 p.
19. Coproducir con España / Ministerio de Cultura y Deporte. – URL: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/coproducir-espa.html> (accessed: 29.05.2023).
20. *Fattor E.M.* American Empire and the Arsenal of Entertainment: Soft Power and Cultural Weaponization. – New York: Palgrave Macmillan, 2014. – 241 p.

21. Instrumento de Adhesión de España al Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica, hecho en Caracas el 11 de noviembre 1989. – URL: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-24535](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-24535) (accessed: 29.05.2023).
22. Instrumento de ratificación del Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, hecho en Caracas el 11 de noviembre 1989. – URL: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-14701](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-14701) (accessed: 29.05.2023).
23. Instrumento de ratificación del Convenio Europeo sobre Coproducción Cinematográfica hecho en Estrasburgo el 2 de octubre de 1992. – URL: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-25830](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-25830) (accessed: 29.05.2023).
24. *Klinder M.* Blood cinema: reconstruction of national identity in Spain. – Berkeley: University of California, 1993. – 522 p.
25. *Lee K.* «The Little State Department»: Hollywood and the MPAA`s Influence on U.S. Trade Relations // *Northwestern Journal of International Law & Business.* – 2008. – Vol. 28, iss. 2. – P. 371–397. – URL: <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1671&context=njilb&httpsredir=1&referer=> (accessed: 29.05.2023).
26. MARCA US – Noticias deportivas en español y lo último en deportes: website. – URL: <https://us.marca.com/> (accessed: 29.05.2023).
27. *Oliente-Aldea E.* Global genres, local films: the transnational dimensions of Spanish cinema. – New York; London: Bloomsbury Academic, 2016. – 270 p.
28. *Pells R.* Modernist America: Art, Music, Movies, and the Globalization of American Culture. – Yale University Press, 2012. – 512 p.
29. Spanish screenings – Spanish Screenings XXL. – URL: <https://spanishscreenings.online/> (accessed: 29.05.2023).
30. Spanishness in the Spanish novel and cinema of the 20th – 21st century /ed. by C. Sanchez-Conejero. – Newcastle: Cambridge Scholars, 2007. – 258 p.

Статья поступила в редакцию 21.01.2023.

Статья прошла рецензирование 27.02.2023.

DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-459-475

## CINEMA AS A SOFT POWER INSTRUMENT OF THE STATE: EXAMPLES OF SPANISH AND U.S. CINEMATOGRAPHY

**Kulikova, Daria,**

*Cand. of Sc. (History),*

*Associate Professor of the Department of International Relations  
and Regional Studies,*

*Novosibirsk State Technical University,*

*20 K. Marx Avenue, Novosibirsk, 630073, Russian Federation*

ORCID: 0000-0002-9606-7853

d.kulikova@corp.nstu.ru

### Abstract

The article considers cinema as an instrument of soft power of states, using the example of cinema in Spain and the USA. Different approaches are shown. On the one hand, the United States, which uses universal concepts, on the other hand, Spain, which uses stereotypical ideas and recognizable images about its country. In American films, most often, universal topics are used that are understandable to all people: the struggle between good and evil (moreover, evil is universal, threatening the whole world, and good is the United States), love, happiness, compassion. Even if purely national issues are raised in American films (for example, African-American racism), these problems are presented as universal, as a problem of human dignity, honor, etc. In Spanish cinema, well-established stereotypes about Spain and its culture are actively used: bullfighting, flamenco, Andalusian folklore, traditional cuisine and clothing (for example, the matador costume), as well as typical, recognizable images of the Spanish man and woman (Spanish macho – Antonio Banderas and swarthy, passionate, beautiful Carmen – Penelope Cruz). All this forms the concept of *‘españolada’*. The United States does not officially support its film production, but coordinates and consults with the film productions and directors through unofficial resources, primarily the Motion Picture Association of America, whose leadership includes many former White House officials. Spain, on the contrary, actively supports its filmmakers, helps to promote Spanish films in the international arena, develops joint film production, stimulates the shooting of films at the state level, including foreign ones, using Spanish locations, etc. Thus, one can see two different approaches to cinema as an instrument of soft power, and although American cinema certainly dominates the world market, the obvious success of Spanish cinema, which is becoming increasingly popular, should be noted.

**Keywords:** soft power, cinematography, Spanish cinematography, US cinematography, image of the country, state policy.

**Bibliographic description for citation:**

Kulikova D. Cinema as a Soft Power Instrument of the State: Examples of Spanish and U.S. Cinematography. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2023, vol. 15, iss. 2, pt. 2, pp. 459–475. DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-459-475.

**References**

1. Artamonova U.Z. Amerikanskii kinematograf kak instrument publichnoi diplomatii SShA [American Cinema as an Instrument of the Us Public Diplomacy]. *Analiz i prognoz. Zhurnal IMEMO RAN = Analysis and Forecasting. IMEMO Journal*, 2020, no. 2, pp. 110–122.
2. Astakhov E.M. [World practice of cultural diplomacy]. *Dialog kul'tur i partnerstvo tsivilizatsii* [Dialogue of cultures and partnership of civilizations]. VIII International Likhachev Scientific Readings, 22–23 May 2008. St. Petersburg, 2008, p. 7. (In Russian).
3. Bazin A. *Chto takoe kino?* [What is cinema?]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1972. 384 p. (In Russian).
4. *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring*. Dir. P. Jackson. 2001. 1 DVD-ROM.
5. *Todo Sobre Mi Madre*. Dir. P. Almodóvar. 1999. 1 DVD-ROM.
6. *Django Unchained*. Dir. Q. Tarantino. 2012. 1 DVD-ROM.
7. *Belle Époque*. Dir. F. Trueba. 1992. 1 DVD-ROM.
8. *Ispanskii kinematograf* [Spanish cinema]. Available at: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/595912> (accessed 26.05.2023).
9. *Itogi 2021 goda dlya kinostudii Gollivuda: Disnei snova vpered i vsekh* [Hollywood Studios 2021 Recap: Disney Leads Again]. Available at: <https://kinobusiness.com/news/itogi-2021-goda-dlya-kinostudiy-gollivuda-disney-snova-vpered-i-vsekh/> (accessed 26.05.2023).
10. *Mar Adentro*. Dir. A. Amenábar. 2004. 1 DVD-ROM.
11. *Hable con ella*. Dir. P. Almodóvar. El Deseo, 2002. 1 DVD-ROM.
12. Tuzovskii I.D., Sklyarova V.S. Zrelishchnaya kul'tura kak resurs myagkoi sily informatsionnogo obshchestva [Spectacular culture as a resource of the soft power of the information society]. *Kul'tura i tsivilizatsiya = Culture and Civilization*, 2018, vol. 8, no. 1A, pp. 230–237.
13. Filimonov G.Yu. Neofitsial'naya vneshnyaya kul'turnaya politika kak komponent «myagkoi sily» SShA [Unofficial Cultural Foreign Policy as a Component of U.S. Soft Power]. *SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura = USA and Canada: Economics – Politics – Culture*, 2007, no. 4, pp. 69–82.
14. Khalilov V.M. Sovremennoe amerikanskoe kino i neoliberal'naya ideologiya [Contemporary American Cinema and Neoliberal Ideology]. *SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura = USA and Canada: Economics – Politics – Culture*, 2019, no. 2 (590), pp. 112–127.
15. Yusev A.B. *Kinoideologos: opyt sotsiopoliticheskoi interpretatsii kino* [Film ideologos: experience of sociopolitical interpretation of cinema]. St. Petersburg, Aleteiya Publ., 2016. 272 p.



16. Acuerdo de coproducción. *Programa Ibermedia*: website. (In Spanish). Available at: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/ACUERDO-DE-COPRODUCCI%C3%93N-Madrid-2000.pdf> (accessed: 26.05.2023).
17. Alford M. *Reel Power: Hollywood Cinema and American Supremacy*. New York, Pluto Press, 2010. 232 p.
18. Alford M., Secker T. *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood*. Bath, Oddfiger Books, 2017. 264 p.
19. Ministerio de Cultura y Deporte. *Coproducir con España*. Available at: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/coproducir-espa.html> (accessed 29.05.2023).
20. Fattor E.M. *American Empire and the Arsenal of Entertainment: Soft Power and Cultural Weaponization*. New York, Palgrave Macmillan, 2014. 241 p.
21. Instrumento de Adhesion de España al Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica, hecho en Caracas el 11 de noviembre 1989. Available at: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-24535](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-24535) (accessed 29.05.2023).
22. Instrumento de ratificación del Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, hecho en Caracas el 11 de noviembre 1989. Available at: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-14701](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-14701) (accessed 29.05.2023).
23. Instrumento de ratificación del Convenio Europeo sobre Coproducción Cinematográfica hecho en Estrasburgo el 2 de octubre de 1992. Available at: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-25830](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-25830) (accessed 29.05.2023).
24. Klinder M. *Blood cinema: reconstruction of national identity in Spain*. Berkeley, University of California, 1993. 522 p.
25. Lee K. «The Little State Department»: Hollywood and the MPAA`s Influence on U.S. Trade Relations. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 2008, vol. 28, iss. 2, pp. 371–397. Available at: <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1671&context=njilb&httpsredir=1&referer=> (accessed 29.05.2023).
26. MARCA US – Noticias deportivas en español y lo último en deportes: website. Available at: <https://us.marca.com/> (accessed 29.05.2023).
27. Oliente-Aldea E. *Global genres, local films: the transnational dimensions of Spanish cinema*. New York, London, Bloomsbury Academic, 2016. 270 p.
28. Pells R. *Modernist America: Art, Music, Movies, and the Globalization of American Culture*. Yale University Press, 2012. 512 p.
29. Spanish screenings – Spanish Screenings XXL. Available at: <https://spanish-screenings.online/> (accessed 29.05.2023).
30. Sanchez-Conejero C., ed. *Spanishness in the Spanish novel and cinema of the 20th–21st century*. Newcastle, Cambridge Scholars. 2007. 258 p.

The article was received on 21.01.2023.

The article was reviewed on 27.02.2023.