

SPIS TREŚCI

Wstęp	19
I Marcin Adamczak	
PLANETA HOLLYWOOD: POCZĄTEK „KINA, JAKIE ZNAMY”	21
Przejęcie studiów przez korporacje	23
Wielość kanałów dystrybucji i dodatkowe źródła zysków	29
Wzrost kosztów produkcji	32
Stabilizacja modelu produkcji	34
Amerykańskie kino niezależne i jego miejsce w systemie	35
Stary Kontynent	41
Propozycje lektur	46
II Arkadiusz Lewicki	
POSTMODERNIZM W FILMIE FABULARNYM	49
Postmodernizm w literaturze	50
Postmodernizm w architekturze	52
Postmodernizm w sztukach plastycznych	53
Postmoderna w filozofii	54
Postmodernizm w filmie fabularnym – początki	56
Postmodernizm w filmie fabularnym – formuły	59
Postmodernizm modernistyczny	60
Postmodernizm popularny	65
Postmodernizm właściwy	68
Inne przejawy filmowego postmodernizmu	74
Chronologia	77
Propozycje lektur	78
III Rafał Syska	
REAGANOMATOGRFIA. KINO AMERYKAŃSKIE LAT OSIEMDZIESIĄTYCH	81
<i>Corpo-Concept</i>	84
Kazus 1: Steven Spielberg	107
Zamówienie z Białego Domu	111
Kazus 2: <i>Kobra</i>	116
<i>Soft bunt</i>	118
Kazus 3: Kino grozy dla nastolatków	129
Autorzy pod presją	135
Kazus 4: Alan Parker	150

Gwiazdy na plakatach	152
Chronologia	158
Propozycje lektur	159
IV Magdalena Kempna-Pieniążek	
MIĘDZY SUNDANCE A HOLLYWOOD: KINO AMERYKAŃSKIE EPOKI CLINTONA	161
Era blockbustera	166
Liczy się przetrwanie: kino epickie i użyteczna historia	170
Stara przygoda i nowe widzialności	174
Śmiech i łzy: neotradycyjne komedie romantyczne	177
Wzrost i upadek thrillera erotycznego	180
Kontynuacje i reinterpretacje: horror w dobie postmodernizmu	184
Indiewood: twórcza zdrada niezależności	188
Eksces, Szekspir, Soderbergh – strategie Indiewoodu	190
<i>American nightmare</i>	197
Pamięć i nostalgia	200
Przemoc i media	205
Kino niezależne: więcej za mniej	208
Mikrobudżet i supergwiazdy	209
Richard Linklater i Kevin Smith: dwa razy X	211
Larry Clark, Harmony Korine i <i>Dzieciaki</i>	214
Gregg Araki: portret straconego pokolenia	216
Todd Solondz: rodzinny koszmar na przedmieściach	218
Spike Lee i kino mniejszości rasowych	220
Chronologia	224
Propozycje lektur	225
V Tadeusz Lubelski	
KINO FRANCUSKIE: ODPOCZYNEK WOJOWNIKA?	227
Nowa wizualność, nowa wrażliwość, wieczni autorzy	228
Wieczni autorzy	230
Wiek dojrzały autorów Nowej Fali	231
Rówieśnicy Nowej Fali	245
Następcy Nowej Fali	250
Dokumentaliści	258
Jak przedstawiać Holocaust	261
Bilanse lewicy	263
Kino wędrowców	265
Kino nowej wizualności	270
Tak zwany neobarok	270
Wielki spektakl i kino spotu	275
Kino postkolonialne	281
Kino nowej wrażliwości	284
Pokolenie lat dziewięćdziesiątych	284
Kino przedmieść	294

Komedia i inne gatunki	298
Chronologia	304
Propozycje lektur	305
VI Tadeusz Szczepański	
SKANDYNAWIA	307
Szwecja	308
Czas przemian	308
Śladami Bergmana	310
Biografie	320
Klasa i kasa	326
Dania	329
Mecenat państwa	329
Duński mały realizm	331
Sztuka adaptacji	334
Kino Larsa von Triera i ruch Dogma 95	338
Norwegia	348
<i>Norway goes international!</i>	348
Nobliści na ekranie	352
Finlandia	355
<i>Sisu</i>	357
<i>Kaurismäki Finland</i>	359
Islandia	363
Długi prolog	364
Islandzka wiosna filmowa	366
Chronologia	369
Propozycje lektur	371
VII Joanna Wojnicka	
KINO SOWIECKIE I ROSYJSKIE	373
Lata osiemdziesiąte: kraj	374
Emigracja	382
Pieriestrojka	383
Nowe kino pieriestrojki	392
W innych republikach	399
Lata dziewięćdziesiąte: początek zmian	404
Filmy rozrachunkowe	407
Dekada Michałkowa	413
Kino – obraz epoki	415
Chronologia	420
Propozycje lektur	421

VIII Karolina Kosińska

KINO BRYTYJSKIE: REALIZM SPOŁECZNY I KINO DZIEDZICTWA	423
Lata osiemdziesiąte i Margaret Thatcher	424
Po Thatcher – schyłek konserwatystów i New Labour	427
Kino dziedzictwa	428
Lata osiemdziesiąte	430
Lata dziewięćdziesiąte	435
Kino realizmu społecznego	440
Ken Loach	446
Mike Leigh	451
Alan Clarke	455
Pokłosie – Oldman, Roth, Ramsay	458
Kolektywy i warsztaty filmowe	459
<i>Black cinema</i>	462
Temat lat osiemdziesiątych: kobiety	468
<i>Cool Britannia</i>	471
<i>Trainspotting</i>	472
<i>Goło i wesoło</i>	474
Nowi autorzy	476
Temat lat dziewięćdziesiątych: mężczyźni	478
Kino artystyczne	480
Terence Davies	480
Derek Jarman	482
Peter Greenaway	484
Chronologia	486
Propozycje lektur	487

IX Kamila Żyto

KINO HISZPAŃSKIE: MIĘDZY PROTEKCJONIZMEM A KOMERCJALIZACJĄ	489
Protekcjonizm, czyli lata osiemdziesiąte	491
Prawo Miró	492
Komercjalizacja, czyli lata dziewięćdziesiąte	494
Kino poliwalentne	496
Powroty do przeszłości	497
Młode kino hiszpańskie	500
Pedro Almodóvar, <i>la movida madrileña</i> i nowe współrzędne kursu	503
Starzy mistrzowie	506
Kino katalońskie	510
Kino baskijskie	514
Julio Medem i Bigas Luna – gwiazdy kina regionów	517
Kino kobiet	520
Horror, które przstraszyły cały świat	521
Chronologia	525

Propozycje lektur	526
X Anna Miller-Klejsa, Diana Dąbrowska	
KINO WŁOSKIE: <i>ITALIANITÀ</i> NA ROZDROŻU	527
Rozliczenia z historią	530
<i>Grandi maestri</i>	533
Nowi autorzy	544
Oblicza komedii	553
Na południu bez zmian	562
Chronologia	566
Propozycje lektur	567
XI Paweł Biliński	
W POSZUKIWANIU NARODOWEJ TOŻSAMOŚCI. KINO KANADY	569
Zaplecze produkcyjne	571
Wokół kina gatunkowego	574
David Cronenberg, czyli filozof rozpadu	576
Guy Maddin, czyli iluzjonista z Manitoby	582
Kino narodowe z Quebecu	585
Nowa Fala z Toronto	592
Kino kobiet	597
Nie tylko Grierson	601
Chronologia	602
Propozycje lektur	603
XII Bolesław Raciński	
ARGENTYNA, MEKSYK, BRAZYLIA ORAZ POZOSTAŁE KINEMATOGRAFIE LATYNOAMERYKAŃSKIE	605
Argentyna	607
Kraj na kozetce	608
Osobni	611
Katastrofa i odrodzenie	612
Nowe Kino Argentyńskie	613
Meksyk	615
Trudne lata	616
Mały renesans	619
Nie tylko przepiórki	620
Kolejny kryzys (i nieśmiała nadzieja)	622
Brazylia	624
Pożegnania	625
Ucieczki do kina	626
Chwilowy kryzys	629
Inne kinematografie kontynentu	631
Trudne związki państwa i kina	632
Nowe czasy, nowe drogi	635

Chronologia	638
Propozycje lektur	639
XIII Michał Kucharczyk, Elżbieta Wiącek	
KINO IRAŃSKIE WE WŁADZY AJATOLLAHÓW	641
Rewolucyjne ideały w walce z „kulturą idolatrii”	641
1979–1982: Kryzys w irańskim przemyśle filmowym	642
1983–1989: Kodyfikacja zislamizowanego kina	644
Filmy drugiej połowy lat osiemdziesiątych	646
Fundacja Farabi i Centrum Sztuki	648
Podsumowanie okresu	650
Mohsen Machmalbaf a przemiany kina irańskiego	651
Kino społecznego protestu	653
W kierunku kina filozoficznego	656
Dzieci w świecie dorosłych i „kino współczucia”	661
„Historia filmu zaczyna się od D.W. Griffitha i kończy na Abbasie	
Kiarostamim”	670
Irańskie kobiety na ekranie i za kamerą	677
Tancerki schodzą ze sceny: (auto)prezentacja kobiet i <i>islamicate</i>	
<i>gaze theory</i>	678
Perskie portrety rodzinne we wnętrzach	681
Kino konfrontacyjne	683
Transnarodowe „kino kobiet”	688
Metafilmowe strategie: za kulisami opowiadania	691
Chronologia	692
Propozycje lektur	692
XIV Jacek Flig	
CHINY, TAJWAN, HONGKONG: TRZY SPÓŹNIONE FALE	693
Chiny kontynentalne	693
Tajwan	711
Hongkong	724
Chronologia	733
Propozycje lektur	733
XV Grażyna Stachówna, Tatiana Szurlej	
KINO INDII: MASALE I FILMY AUTORSKIE	735
Masale z Bollywood	737
Kino artystyczne	745
Kino tamilskie	751
Chronologia	758
Propozycje lektur	758

xvi Marta Stańczyk

AUSTRALIA I NOWA ZELANDIA: (RE)DEFINIOWANIE KINEMATOGRAFII NARODOWYCH	761
Negocjowanie kształtu przemysłu filmowego	762
Kinematografia „lat 10BA”	762
Młodzieńcza niezależność	763
Australia pomiędzy imperiami	765
Nostalgia na sprzedaż	765
Niezupełnie Hollywood	768
Nowa Zelandia i narodowa histeria	773
Nie-boskie kino	773
Rozpad rodziny, rozpad świata	774
<i>Kiwi</i> gotyk	777
Jane Campion – perspektywa ponadnarodowa	779
Peter Jackson – groteska na pohybel Jej Królewskiej Mości	782
Definiowanie narodu	784
Nowozelandzki mit biculturowości	784
<i>Terra nullius</i> . Australijski mit pionierów	788
Naród outsiderów	792
Chronologia	798
Propozycje lektur	798

xvii Jagoda Murczyńska

KINO AZJI POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ	801
Korea Południowa	802
Korea Północna	811
Filipiny	814
Indonezja	818
Malezja i Singapur	822
Wietnam	826
Tajlandia	829
Chronologia	833
Propozycje lektur	834

xviii Krzysztof Loska

PAMIĘĆ I TRAUMA: ODRODZENIE KINA JAPOŃSKIEGO	835
W stronę kina transgresji	836
Nowe kino gangsterskie	842
Nawiedzone domy i duchy zemsty	845
W kręgu komedii – narodziny japońskiego postmodernizmu	849
Kino posttraumatyczne	854
Wyobraźnia technologiczna w japońskiej animacji	861
Podsumowanie	865
Chronologia	866
Propozycje lektur	866

XIX	Andrzej Pitrus	
	FILM AWANGARDOWY I SZTUKA WIDEO KOŃCA XX WIEKU	867
	Kino feministyczne	868
	Kino gejowskie i queer	871
	Rasa	873
	Kino transgresji	874
	Nowe medium	877
	Polacy nie zawsze w Polsce	883
	<i>Found footage</i>	885
	Jeszcze jeden rzut oka na Europę	889
	Azja, czyli awangarda inaczej	892
	W stronę milionowej publiczności	893
	Kino interaktywne	896
	Poza kino – kino galeryjne	897
	Propozycje lektur	899
XX	Paweł Sitkiewicz	
	FILM ANIMOWANY W CZASACH CYFROWEJ REWOLUCJI	901
	Kłęska urodzaju	901
	Rewolucja cyfrowa u bram	907
	Kino postdisnejowskie i jego alternatywa	912
	Japonia idzie własną ścieżką	923
	Chronologia	932
	Propozycje lektur	932
XXI	Andrzej Gwóźdź, Ewa Fiuk	
	ZANIM RUNĄŁ MUR I POTEM: KINEMATOGRAFIE NIEMIECKIE CZASÓW PRZEŁOMU	935
	Po Fassbinderze	936
	Kino buntu	942
	Łabędzi śpiew Defy	945
	Kino głównego nurtu Niemiec Zachodnich lat osiemdziesiątych	950
	Kino NRD w stanie wyjątkowym	956
	Świat się śmieje, czyli Niemcy zjednoczone	963
	To idzie młodość	966
	Przeszłość uobecniona	970
	Perspektywa postmigracyjna	975
	Nouvelle Vague Allemande alias „szkoła berlińska”	978
	Chronologia	981
	Propozycje lektur	982
XXII	Sebastian Jagielski	
	KINO POLSKIE W CZASACH TRANSFORMACJI	985
	1982–1989: Kino w cieniu stanu wojennego	987

Filmy antytotalitarne	987
Siła w osobności	997
1990–2000: Kino po przełomie	1006
Wobec transformacji	1007
Odzyskiwanie historii	1020
Polskie nostalgje	1028
Chronologia	1035
Propozycje lektur	1037
XXIII Miłosz Stelmach	
WĘGRY: W TRYBACH HISTORII	1039
Czas rewizji	1040
Echa przeszłości – historia dawna	1041
Odkłamywanie – stalinizm i wczesny Kádár	1045
Marazm i frustracja – kino o współczesności	1048
Innymi środkami: film dokumentalny, animowany i eksperymentalny ..	1049
Trudne lata transformacji	1050
Zwiastuny przełomu i gulaszowy kapitalizm	1052
Kryzys transformacji	1053
Pesymizm i ekspresyjny minimalizm – szkoła Tarra	1055
Żmudna rewitalizacja	1057
Wychodzenie z zapaści – nowe/stare wzorce	1059
Okno na świat	1060
XXI wiek – nowe otwarcie?	1061
Chronologia	1062
Propozycje lektur	1062
XXIV Iwona Sowińska	
OBRAZY STAREGO I NOWEGO ŚWIATA. KINO CZECHÓW I SŁOWAKÓW	1063
Zwyczajna normalizacja	1064
Aksamitna transformacja	1073
W odpowiedzi na transformację	1076
„Ostatnie porządne pokolenie”	1080
Nowa Nowa Fala?	1083
Chronologia	1096
Propozycje lektur	1097
XXV Inne kinematografie	
Anna Mikonis-Railiené	
KRAJE BAŁTYCKIE	1099
Kino gatunków okresu stagnacji	1100
Młode kino okresu przebudowy	1104

Człowiek w filmach dokumentalnych	1106
Pejzaż filmowy doby transformacji	1108
Chronologia	1111
Propozycje lektur	1111
Ewa Fiuk	
AUSTRIA: NEGOCJACJE TOŻSAMOŚCI	1113
Chronologia	1122
Propozycje lektur	1123
Kris Van Heuckelom	
BENELUKS	1125
Różne oblicza internacjonalizacji	1127
Triumfy, kryzysy i reformy	1131
Chronologia	1135
Propozycje lektur	1136
Joanna Aleksandrowicz	
PORTUGALIA	1137
Chronologia	1149
Propozycje lektur	1149
Miłosz Stelmach	
KINO (POST)JUGOSŁOWIAŃSKIE	1151
Lata osiemdziesiąte: Nowe kino jugosłowiańskie	1152
Lata dziewięćdziesiąte: „Kinematografia kraju, którego nie ma”	1156
Chronologia	1160
Propozycje lektur	1160
Jan Topolski	
KINO KRAJÓW ARABSKICH I TURCJI	1161
Egipt	1161
Maghreb	1163
Liban i Palestyna	1167
Inne kraje arabskie	1169
Turcja	1171
Podsumowanie	1174
Chronologia	1175
Propozycje lektur	1176
Jakub Wydrzyński	
IZRAEL	1179
Chronologia	1187
Propozycje lektur	1187

Rafał Syska

GRECJA	1189
Lata osiemdziesiąte: dekada rozczarowań	1190
Lata dziewięćdziesiąte: dekada kryzysów	1198
Chronologia	1203
Propozycje lektur	1203

Miłosz Stelmach

KINO AFRYKI SUBSAHARYJSKIEJ	1205
Produkcja filmowa w Afryce Subsaharyjskiej	1206
Geografia afrykańskiego kina	1209
Obrazy współczesności – kino społeczne	1211
Dokumentowanie oporu – filmy o kolonializmie	1213
W poszukiwaniu esencji – powrót do źródeł	1214
Wideorewolucja – afrykańskie kino komercyjne i narodziny Nollywood .	1217
RPA – w obliczu apartheidu	1219
Chronologia	1221
Propozycje lektur	1221

Noty o autorach	1223
Indeks nazwisk (oprac. Krzysztof Siwoń)	1231
Indeks filmów (oprac. Krzysztof Siwoń)	1279

WSTĘP

Pod koniec 2009 roku pojawił się w księgarniach opublikowany przez Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS pierwszy tom *Historii kina*, zainicjowanego przez grupę badaczy z Uniwersytetu Jagiellońskiego, zaplanowanego na cztery tomy zbiorowego przedsięwzięcia polskich filmoznawców. Po upływie dziewięciu lat mamy jako redaktorzy podwójną satysfakcję. Po pierwsze, *Historia kina* przyjęła się jako podręcznik akademicki. Nasz projekt został zaakceptowany przez czytelników – zarówno profesjonalnych, co znalazło wyraz w recenzjach, jak i miłośników, dopominających się o ciąg dalszy. Po drugie, co prawda z opóźnieniem (we Wstępie do tomu pierwszego zapowiadaliśmy finał na rok 2014), spełniamy obietnicę. Po *Kinie niemy* (2009), *Kinie klasycznym* (2011) i *Kinie epoki nowofalowej* (2015) przedstawiamy tom czwarty – *Kino końca wieku*.

Jego przedmiotem jest okres dwu dekad zamykający XX stulecie. Epoka ta nie ma odrębnego, wyrazistego charakteru, który pozwoliłby ją określić jednym celnym terminem. Arbitralność przyjętych ram czasowych jest szczególnie uderzająca w odniesieniu do krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Na przełomie lat 80. i 90. wkraczały one w fazę transformacji ustrojowej, która na ogół oznaczała głęboką zapaść kinematografii narodowych, a nawet stawiała pod znakiem zapytania ich dalszą egzystencję. W żadnym z państw naszego regionu nie udało się definitywnie pokonać tych trudności przed rokiem 2000, a jedną z przyczyn tego stanu rzeczy stanowiły dokonujące się w tym samym czasie globalne przeobrażenia rynku audiowizualnego. Dwudziestolecie to stanowi bowiem intrygujący tygiel przemian; zamykając „wiek kina”, otwiera jednocześ-

nie epokę „nowej widzialności”, której najważniejszych parametrów nie jesteśmy na razie w stanie przewidzieć. Trzydziestu trzech autorów z czołowych polskich (i dwóch zagranicznych) ośrodków filmoznawczych stworzyło wszechstronną charakterystykę tego okresu. Otwierają ją dwa rozdziały ogólne: pierwszy przedstawia „planetę Hollywood” – zestaw nowych sposobów produkcji i rozpowszechniania filmów, dominujący w czasach globalizacji; drugi – estetykę postmodernizmu, który wydawał się wiodącym nurtem epoki, z dzisiejszej perspektywy utracił jednak większość operacyjnych walorów, jakie mu niegdyś przypisywaliśmy. Pozostałe dwadzieścia trzy rozdziały zawierają omówienie wszystkich najważniejszych zjawisk kina okresu 1981–2000: od tzw. Reaganomatografii, czyli kina amerykańskiego lat 80., przez tradycyjnie potężne kinematografie europejskie – Francuzów, Brytyczyków, Hiszpanów, Włochów, Rosjan, Skadynawów, coraz mocniejsze azjatyckie i południowoamerykańskie, przez Kanadę i Australię, przez kina Europy Środkowej i Wschodniej w nowej sytuacji systemowej, po skromniejsze, w tym omawiane tu po raz pierwszy – kinematografie krajów bałtyckich, Beneluksu, Portugalii czy Afryki Subsaharyjskiej. Ponadto przedstawiamy sumaryczne omówienie awangardy filmowej i animacji interesującego nas okresu.

Ponieważ tom stanowi kontynuację formuły, która zdążyła się przyjąć, powtórzyliśmy w nim poprzednie zasady. Każdy z rozdziałów, opracowany przez specjalistę, stanowi zwarte omówienie jednego zjawiska na tle przeobrażeń historycznych, z uwzględnieniem najnowszej literatury przedmiotu; uzupełniają go: chronologiczny przegląd najważniejszych wydarzeń, propozycje dodatkowych lektur, osobne tematy ujęte w kapsułkach. Z jednej strony łatwiej pisać o okresach nie tak bardzo odległych ze względu na dostępność filmów i materiałów archiwalnych, z drugiej, ze względu na ogromny przyrost liczby tytułów – trudniej dokonywać ich wyboru. Całość układa się w opowieść o fascynującej dziedzinie, niby rozpoznanej, ale otwierającej się na nieznaną przyszłość.

Kraków, czerwiec 2018 r.

Redaktorzy

PLANETA HOLLYWOOD: POCZĄTEK „KINA, JAKIE ZNAMY”

Marcin Adamczak

W październiku 1979 roku David J. Londoner kończył poświęcony perspektywom przemysłu audiowizualnego raport przygotowany dla banku inwestycyjnego Wertheim & Co. słowami: „Lata 80. powinny być ekscytującą dekadą. Zostańcie z nami [*stay tuned*]”¹. Wcześniej, wnikliwie wyliczając trudności i wyzwania, przed którymi stoi ten przemysł, przewidywał, iż czeka go fala wzrostu porównywalna tylko z dwiema wcześniejszymi, obserwowanymi tuż po wynalezieniu kina oraz po wyłonieniu się telewizji. Analityk nie oszukiwał potencjalnych inwestorów.

Pisząc już z perspektywy nowego stulecia, Stephen Prince w dziesiątym tomie *Historii kina amerykańskiego* porównywał przełomowe znaczenie lat 80. do lat 20. (wprowadzenie kina dźwiękowego) oraz lat 40. (utrata kontroli nad siecią kin w wyniku Paramount Decree wiodąca do schyłku klasycznego Hollywood)². Pogląd ten budzi chęć dyskusji, a wielu historyków i filmoznawców przekonywałoby zapewne o szczególnym znaczeniu dekady lat 60. czy 70. Opinia Prince’a oraz przełomowe znaczenie lat 80. jest jednak bezdyskusyjne w perspektywie ekonomicznej i organizacyjnej, a wspomniany dziesiąty tom zdobi umieszczony jeszcze przed kartą tytułową kadr z *Batmana* (1989) Tima Burtona. „[*Batman*] był pierwszym obrazem, który wyniósł nas na szczyt po fuzji... Wtedy po raz pierwszy wykorzystaliśmy całą maszynę korporacji. Marketing,

¹ David J. Londoner, *The Changing Economics of Entertainment*, w: *The American Film Industry*, revised edition, red. Tino Balio, University of Wisconsin Press, Madison 1985, s. 630.

² Stephen Prince, *A New Pot of Gold: Hollywood Under The Electronic Rainbow, 1980–1989*, University of California Press, Berkeley 2000, s. xii.

«promocje łączone», «merchandising», rynek zagraniczny” – podkreślał wcześniej rolę tego filmu Terry Semel, jeden z szefów Warnera³.

Przedostatnia dekada XX wieku przyniosła ze sobą budowę współczesnego przemysłu filmowego. Nastąpił wówczas produkcyjny i instytucjonalny początek „kina, jakie znamy”. Co prawda Jon Lewis zatytułował redagowaną przez siebie antologię poświęconą kinu amerykańskiemu lat 90. „Koniec kina, jakie znamy”, ale, rzecz jasna, każdy koniec jest także początkiem czegoś innego⁴. Książkę wydano w 2001 roku, a z dzisiejszej perspektywy kolejne pokolenia widzów mogą mówić o przemianach lat 80. i 90. jako o początku kultury filmowej, w której wyrosli. Wprawdzie korzenie wielu przyjętych rozwiązań produkcyjnych oraz dystrybucyjnych strategii tkwiły jeszcze w dekadzie lat 70., a nawet drugiej połowie lat 60. czy wręcz w okresie klasycznego Hollywood, to dopiero przy wykorzystaniu ich testowego potencjału udało się później, już w latach 80., stworzyć spójny, sprawnie funkcjonujący system kształtujący kinematografię-świat. Pojęcie to rozumiem na podobieństwo gospodarki-świata opisywanej przez Fernanda Braudela czy Immanuela Wallersteina⁵. W ciągu dwóch ostatnich dekad stulecia Hollywood zdołało podbić światowe rynki (zwłaszcza europejskie, należące w wieku XX do ścisłej czołówki najbardziej intratnych) w stopniu niespotykanym nigdy wcześniej i uczynić z produkcji filmowej niezwykle zyskowne przedsięwzięcie o skali dochodu przewyższającej takie gałęzie amerykańskiego przemysłu jak sektor motoryzacyjny, lotniczy czy spożywczy.

Skuteczność stworzonego systemu oraz zakres jego globalnej dominacji wywierają po dziś dzień wielkie wrażenie. Tym, co zaskakuje najbardziej, gdy bliżej przyglądamy się jego genezie, jest fakt, iż próżno szukać tu jakiegos mistrzowskiego planu przyjętego w kalifornijskich studiach bądź w biurach nowojorskich korporacji. Nie znajdziemy też sekwencji precyzyjnych posunięć bądź wpływu przenikliwych i charyzmatycznych wizjonerów. Dostrzegamy zupełnie inną historię: dzieje ogromnych wyzwań i trudności, które na początku i pod

³ Cyt. za: Tom Schatz, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, w: *The Contemporary Hollywood Film Industry*, red. Paul McDonald, Janet Wasko, Wiley-Blackwell, Malden 2008, s. 28.

⁴ *The End of Cinema As We Know It: American Film in the Nineties*, red. Jon Lewis, New York University Press, New York 2001.

⁵ Gospodarka-świat w ujęciu Wallersteina jest przestrzenną, ponadnarodową całością zorganizowaną wokół wymiany dóbr oraz przepływu kapitału i pracy, cechującą się podziałem na centrum, półperyferie i peryferie, istnieniem w centrum podmiotów hegemonicznych, nierównowagą wymiany oraz naczelną zasadą akumulacji kapitału. Patrz: I. Wallerstein, *Analiza systemów-światów: wprowadzenie*, przeł. K. Gawlicz, M. Starnawski, przedm. M. Starnawski, P. Wielgosz, Dialog, Warszawa 2007.

koniec lat 70. postawiły Hollywood na skraju bankructwa. Zawiera się w tym typowa kapitalistyczna historia zmagania o osiągnięcie zysku, a w większym jeszcze stopniu o jego skuteczne zabezpieczenie i stabilizację, w miarę możliwości sięgnięcie po rentę i monopolistyczną pozycję, a także – wbrew pozorom – dążność do ograniczania ryzyka i akceptowania go tylko wtedy, gdy jest to absolutnie konieczne.

Rzeczywistość przemysłu filmowego tej dekady kształtowały cztery główne procesy. Po pierwsze, była to polityka deregulacji administracji Ronalda Reagana, przejęcie studiów przez korporacje, fala fuzji oraz częściowe cofnięcie konsekwencji Paramount Decree z 1948 roku. Po drugie, lawinowy wzrost kosztów produkcji filmu. Po trzecie, wyłonienie się multipleksów jako podstawowej przestrzeni obcowania z filmem w kinie. Po czwarte, rosnące znaczenie sfery nowych mediów, nierzadko postrzeganych początkowo jako zagrożenie dla przemysłu filmowego, w istocie zaś niosących mu szereg korzyści.

Przejęcie studiów przez korporacje

Założenia neoliberalnej polityki ekonomicznej czterdziestego prezydenta USA, byłego hollywoodzkiego aktora i gubernatora Kalifornii, nazwanej „reaganomiką”, opierały się na obniżeniu progów podatkowych, redukcji wydatków publicznych oraz ograniczeniu przepisów regulujących działalność gospodarczą. Tworzyły one sprzyjający klimat m.in. dla zmian instytucjonalnych zachodzących wówczas w Hollywood i polegających na wcieleniu studiów w korporacyjne struktury. Oczywiście przejęcia studiów hollywoodzkich przez korporacje następowały znacznie wcześniej, a pierwszą ich falę możemy odnotować w latach 60., gdy Universal został przejęty przez MCA (1962), Paramount przez Gulf & Western (1966), United Artists przez Transamerica (1967), a Warner Bros. przez Kinney National (1969). Istotną różnicą jest jednak fakt, że przejęcia te były dziełem albo relatywnie niewielkich firm (MCA), albo też korporacji niedziałających szerzej na rynku filmowym, medialnym bądź rozrywkowym. Ich celem była wtedy dywersyfikacja działalności, obecność na szerokim spektrum rynków, pośród których film nie należał bynajmniej do najważniejszych (dla przykładu Paramount początkowo przynosił mniej niż 5% przychodów koncernu Gulf and Western, choć już w latach 70. udział ten systematycznie rósł). Drugą falę z lat 80. cechował jednak inny charakter: dążenie do synergii pomiędzy różnymi firmami konglomeratu i sektorami ich działalności, a więc w istocie dążenie do integracji. Doskonale oddaje to opisywany przez Prince'a

kształt struktury nadrzędnej względem Paramountu w roku 1980 i 1989. U progu dekady koncern Gulf and Western Industries posiadał siedem głównych działów, będąc aktywnym w sektorach: usług finansowych, mebli i wystroju wnętrz, części zamiennych do samochodów, produktów spożywczych (przede wszystkim uprawa trzciny cukrowej na Dominikanie), surowców naturalnych (głównie kopalnie rud cynku), produkcji przemysłowej (m.in. aluminium i odzieży) oraz rozrywki. W tym ostatnim umiejscowione było studio Paramount Pictures, obok którego istniał też sektor produkcji wideo, stacje telewizyjne, sieci telewizji kablowej i kin oraz operator hali Madison Square Garden, a także dom wydawniczy Simon&Schuster.

Według Prince'a tego rodzaju reorganizacje wymuszane były przez Wall Street poprzez celowe zaniżanie cen akcji koncernów posiadających, zdaniem instytucji finansowych, nadmiernie rozproszone zasoby. Hasłem dekady stała się „synergia”, tworzenie powiązań wzajemnie wzmacniających rynkową pozycję oraz strumienie zysków poszczególnych spółek. Stąd tak charakterystyczna dla tej dekady fala fuzji i przejęć. Nie wszystkie były udane, bo niektóre z nich sprawiały wrażenie błędzenia po omacku. W 1981 roku 20th Century-Fox zakupił potentat naftowy z Denver Marvin Davis, w starym stylu szukając dywersyfikacji aktywów swojego imperium. Przedsięwzięcie zakończyło się porażką (jaka może być synergia pomiędzy ropą naftową a kinem?). W 1985 roku studio było już częścią News Corp. Ruperta Murdocha. Podobna sytuacja miała miejsce z Columbią, którą w 1982 roku przejęła Coca-Cola, co również przyniosło akcjonariuszom rozczarowanie (jaka jest bowiem synergia pomiędzy napojami gazowanymi a kinem, poza zwyczajową konsumpcją tego napoju z popcornem?). Alians ten się nie udał pomimo próby budowy struktury łączącej studio (Columbia), płatną telewizję kablową (HBO) oraz telewizję ogólnokrajową (CBS)⁶. W 1989 roku Columbia została więc przejęta przez korporację Sony i pozostaje przez nią kontrolowana do chwili obecnej.

Jak łatwo się zorientować (i nietrudno było przewidzieć), nie powiodły się synergie pomiędzy wydobywaniem ropy naftowej czy wytwarzaniem napojów gazowanych a produkcją filmów, ale nie najgorzej udały się te pomiędzy dostawcą sprzętu i technologii (hardware) oraz treści (software), zaś najlepiej zdawały się funkcjonować te, które stały się udziałem studia produkującego filmy z firmami działającymi na rynku dystrybucyjnym, kinowym, wideo, telewizyjnym, radiowym, sprzedającymi książki i komiksy, czasopisma, nagrania muzyczne

⁶ Stephen Prince, *A New Pot of Gold...*, op. cit., ss. 47–52.

oraz prowadzącymi parki rozrywki (jak dziś przede wszystkim Disney i Warner).

Koncerny medialno-rozrywkowe oferowały studiom zasoby kapitałowe, nowe kanały dystrybucji oraz możliwość globalnej ekspansji. Studia były atrakcyjne dla nich z powodu posiadania niedocenianego często zasobu w postaci bibliotek starych tytułów (mogących zapełnić rozrastające się ramówki kolejnych kanałów telewizyjnych oraz zostać sprzedanymi na kasetach wideo), a przede wszystkim dzięki swoim „okrętom flagowym” w postaci blockbustero- w umożliwiających koncernom prowadzenie działalności na szeregu innych rynków i stanowiących podstawę ich ekonomicznej organizacji.

Jeden z analityków rynku opisywał tę zależność w sposób następujący:

dla studia nie jest czymś niezwykłym zainwestować miliard dolarów i osiągnąć mniej niż 10 procent stopy zwrotu. Stąd, jeżeli patrzylibyśmy na to w oderwaniu, nie jest to dobry interes. Tym niemniej, jeśli studia nie będą kręcić filmów, to w rezultacie nie będą mogły prowadzić parków tematycznych. Nie będą w stanie tworzyć sieci telewizyjnych i zarządzać nimi. Nie będą posiadały archiwów filmowych, wokół których można budować telewizje kablowe. Filmy dostarczają ekonomicznej podstawy i w dużej mierze trampoliny, która umożliwia studiom działanie w innych sektorach. [...] [P]osiadanie *blockbustera* pozwala ci czerpać zyski z niemal wszystkiego, czym się zajmujesz, ponieważ superprodukcje łączone są w pakiety z innymi produktami i innymi filmami⁷.

Rynek konsolidował się więc wokół wąskiej grupy najbardziej dochodowych tytułów. Kilka największych blockbustero- w sezonu przyciągało do kina więcej widzów niż kilkaset niezależnych produkcji, a co roku około 5% tytułów przysparzało producentom około 80% zysków przemysłu⁸. Blockbustery pozwalały na uruchomienie całej merkantylno-korporacyjnej maszyny globalnego Hollywood. Niekoniecznie musiały przy tym zwracać koszty realizacji już w kasach kin, bo dystrybucja kinowa była dla nich jedynie początkiem podróży, początkiem gry, bardzo ważnym pierwszym jej rozdaniem, niemniej otwierającym dopiero całą partię.

Superprodukcje zaczęto dystrybuować poprzez strategię nazywaną „nalo- tem dywanowym” (*blanket strategy*) lub „wojną błyskawiczną” (*blitzkrieg strategy*). Wcześniej powszechna była odmienna strategia, polegająca na stopnio-

⁷ Cyt. za: Janet Wasko, *How Hollywood Works*, Sage, London 2003, s. 102.

⁸ Ibidem.

wym wprowadzaniu filmu na ekrany, nazywana „budowaniem platformy” (*platform strategy*) i niewymagająca posiłkowania się ogromnymi budżetami reklamowymi. Upowszechniający się odmienny sposób dystrybucji polegał na jednoczesnym wprowadzeniu filmu na setki ekranów (w USA najczęściej od tysiąca do dwóch tysięcy) i poprzedzenie premiery kinowej niezwykle intensywną kampanią reklamową⁹. Okres obecności danych tytułów na ekranach w latach 80. i 90. ulegał przy tym skróceniu. W znacznie większym niż wcześniej stopniu frekwencyjne powodzenie filmu determinowały weekend otwarcia oraz pierwszy tydzień wyświetlania. Na początku XXI wieku 50% zysków, jakie film przynosił w czasie obecności na ekranach kin, przypadało na pierwszy tydzień rozpowszechniania, podczas gdy jeszcze w roku 1990 było to jedynie 20%¹⁰. Ten stan rzeczy pociągał za sobą wielorakie korzyści dla producentów: zyski osiągnano szybko, skracając czas zamrożenia poważnych kapitałów na produkcję i efektywnie wykorzystywano kosztowne kampanie reklamowe. Niwelowano przy tym ryzyko związane z jakością danych superprodukcji, nim rozpowszechniły się bowiem wieści o słabszym poziomie niektórych z nich, zdołano osiągnąć przynajmniej częściowy zwrot kosztów w box office. Jego wyniki zaś same w sobie stały się źródłem newsów i miały potencjał promocyjny, a zestawienia cotygodniowych frekwencyjnych wyników filmów w ostatnich dekadach XX wieku zaczęły być drukowane przez gazety codzienne, na podobieństwo wyników sportowych czy notowań giełdowych. Odtąd obserwowanie *box office* stało się dla Amerykanów narodową rozrywką.

Przejęcia studiów przez koncerty pociągnęły za sobą kilka istotnych konsekwencji. Przede wszystkim doszło do zmian na stanowiskach zarządzających studiami. „Baronowie Hollywood zostali zmuszeni do opuszczenia studiów, a zastąpiono ich «chłopcami z biura» – ludźmi, którzy doskonale rozumieli zawiłości finansów i sprzedaży, ale niewiele wiedzieli o filmach, ich produkcji i jakości” – pisze Aida Hozic¹¹.

„Chłopcy z biura” przynieśli ze sobą nowe obyczaje. Ciekawą konsekwencją zmiany stosunku sił, przejawiającą się wzrostem roli korporacyjnego zarządzania, efektywnością mierzoną zyskiem oraz satysfakcją akcjonariuszy bądź jej

⁹ Strategię tę zastosowano już w latach 70.: w pewnym stopniu przy okazji premiery *Ojca chrześtnego* Francisca Forda Coppola oraz w całej pełni podczas dystrybucji *Szczęk* Stevena Spielberga. Zastosowania te możemy potraktować jako prototypowe.

¹⁰ Philip Drake, *Distribution and Marketing in Contemporary Hollywood*, w: *The Contemporary Hollywood Film Industry...*, op. cit., s. 64.

¹¹ Aida Hozic, *Hollywood: Space, Power, and Fantasy in the American Economy*, Cornell University Press, Ithaca 2001, s. 103.

brakiem, okazało się też przywiązywanie większej niż dotychczas wagi do badania upodobań widowni.

Hollywood stało się przemysłowym miastem zdominowanym przez konglomeraty medialne, znacznie lepiej postrzegające absolwentów studiów MBA niż filmowych baronów. Nowa generacja szefów studiów mówiła językiem badań rynkowych, a kilka firm marketingowych przeniosło swoje siedziby do Hollywood, by wykorzystać to, co wyłaniało się jako znakomita okazja do zarobienia wielkich pieniędzy¹².

Potentatem na tym rynku stała się National Research Group (od 2002 roku Nielsen NRG). Firma oferowała przede wszystkim badania stopnia rozpoznawalności realizowanych filmów pośród potencjalnej widowni oraz pokazy testowe wraz z badaniami ankietowymi i focusowymi pośród grup odpowiadających profilem zakładanej grupie docelowej danego tytułu, a także podejmowała się analizy potencjału filmu na rynkach zagranicznych. Badania te okazywały się użyteczne dla zarządzających w warunkach wysokiej niepewności cechującej rynek filmowy, dostarczały mianowicie wygodnego „scjentystycznego” alibi w przypadku decyzji, które okazywały się chybione.

Wchłonięcie w struktury konglomeratów medialno-rozrywkowych oraz deregulacyjna polityka administracji Reagana pozwoliły na dyskretnie zakwestionowanie skutków Paramount Decree i przynajmniej częściowy powrót do stanu sprzed tego aktu prawnego. Studia wielkiej szóstki, poprzez firmy z nimi powiązane, osiągnęły ponownie bardzo mocną pozycję w sektorze dystrybucji. W tym czasie ledwie trzynaście firm posiadało około 96% udziału w rynku, a dziewięć z spośród nich było powiązanych ze strukturami korporacyjnego Hollywood¹³. Korzyści upatrywano tym razem w szybszym i szerszym dostępie do strumienia zysków (gdzie uprzywilejowaną pozycję zajmowali dystrybutorzy), większej płynności i szybszym obiegu gotówki z kin, możliwości zarobku na dodatkowych usługach i przekąskach sprzedawanych przy okazji seansu,

¹² Preston Lerner, *Shadow Force: Hundreds of Movies Have Been Reshaped as a Result of Work by Joseph Farrell's National Research Group*, „Los Angeles Times”, 18.11.1999, cyt. za: Toby Miller, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, Ting Wang, *Global Hollywood 2*, British Film Institute, London 2005, s. 260. Liczne zmiany na fotelach zarządzających bywają też umieszczane wcześniej i są wówczas związane z pierwszą falą przejęć w latach 60. Por. Arkadiusz Lewicki, *Prawdziwy koniec klasycznego Hollywoodu. Kino amerykańskie w latach sześćdziesiątych*, w: *Historia kina*, t. 3: *Kino epoki nowofalowej*, red. Tadeusz Lubelski, Iwona Sowińska, Rafał Syska, Universitas, Kraków 2015, s. 314.

¹³ Toby Miller i in., *Global Hollywood 2...*, op. cit., s. 296.

kontroli nad datami premier i czasem obecności filmów na ekranach, a także większych możliwości orkiestracji premiery kinowej z szerszymi działaniami promocyjnymi oraz uruchamianiem związanych z filmem produktów na rynkach dodatkowych.

Podstawową formą obcowania z filmem w kinie stał się seans w multiplexie. Istniały one już wcześniej, ale dopiero w dekadzie lat 80. zaczęły zdecydowanie dominować w kinowym krajobrazie USA. W pierwszej połowie lat 90. proces ten rozszerzył się na kraje Europy Zachodniej, a pod koniec tej dekady na Europę Środkowo-Wschodnią. W samym USA lata 80. przyniosły pierwszy od czasów wprowadzenia Paramount Decree wzrost liczby ekranów (o 34% w ciągu dziesięciolecia), który z większą jeszcze dynamiką kontynuowany był w dekadzie następnej¹⁴. Były to rzecz jasna ekrany multiplexowe. Jednocześnie wzrosła techniczna jakość projekcji oraz towarzysząca jej wygoda. Zahamowany i odwrócony został trend stopniowej degradacji sal kinowych, z uwagi na który, jak pisze Martin Dale, „oglądanie filmów stawało się coraz bardziej slumsową czynnością, której oddawano się w slumsowych warunkach”¹⁵. Zorientowano się, że dla szerokiej publiczności wygoda kinowego seansu i jakość jego parametrów jest czynnikiem decydującym o kupnie biletu w stopniu nie mniejszym niż jakość samego filmu.

Kina powstawały najczęściej w nowych centrach handlowych i koszt budowy przynajmniej częściowo ponoszony był przez deweloperów. Operatorzy centrów handlowych kalkulowali, iż kina przyciągną potencjalnych konsumentów do sklepów znajdujących się w centrach, i choć Stephen Prince twierdził, iż wzrost liczby ekranów był odpowiedzią na rosnącą liczbę produkowanych filmów, to co najmniej równie uzasadniony wydaje się pogląd, iż przyczyna i skutek mogły kształtować się dokładnie odwrotnie, a liczba ekranów prowadziła do wzrostu popytu obok wielości nowych kanałów rozpowszechniania determinujących rosnącą produkcję (przede wszystkim w sektorze niezależnym). Dominacja multiplexów w kinowym krajobrazie miała też określone konsekwencje natury kulturowej. Seans kinowy wpleciony został w architekturę centrów handlowych, w sieć sklepów, restauracji i barów, został skojarzony z zakupami oraz konsumpcją przekąsek i zimnych napojów (przynoszącą operatorom kin zysk wyższy niż ten z rozpowszechniania filmów).

¹⁴ Stephen Prince, *A New Pot of Gold...*, op. cit., ss. 79–81.

¹⁵ Martin Dale, *The Movie Game: The Film Business in Britain, Europe and America*, Cassell, London 1997, s. 173.

Wielość kanałów dystrybucji i dodatkowe źródła zysków

W erze klasycznego Hollywood film można było sprzedawać w kinach oraz następnie na rynkach zagranicznych, a w przypadku największych hitów także poprzez kinową repremierę. U schyłku tej ery doszła do tego jeszcze dystrybucja w telewizji, ważne były wciąż rynki zagraniczne. Tymczasem w latach 80. zaczęły się mnożyć nowe kanały dystrybucji, a więc i potencjalne źródła dochodu: telewizja kablowa, kanały telewizji satelitarnej, telewizja pay-per-view oraz przede wszystkim rynek wideo. W ciągu dekady liczba posiadaczy magnetowidów w USA wzrosła z niecałych 2 milionów do ponad 62 milionów, natomiast liczba abonentów płatnej telewizji kablowej z 9 milionów do 41 milionów. Już w 1987 roku dochody z rynku wideo wyniosły 7,5 miliarda dolarów, czyli o 3 miliardy więcej niż z kin, a dwa lata później różnica była jeszcze większa: 11 miliardów z rynku wideo i 5 miliardów z kin¹⁶. Boom na rynku wideo początkowo nie wprawiał wcale studiów w stan radosnego podekscytowania. Sprzedawano kasetę wideo, nie mając nad nią kontroli ani udziału w późniejszych zyskach z wypożyczania. Jak zaznacza Prince, po raz pierwszy w historii studia utraciły kontrolę nad medium dystrybucji (nawet w wypadku telewizji zachowywały ją, udzielając czasowych licencji na wyświetlanie danego tytułu i określając jego warunki). Problemem stało się samodzielne nagrywanie na kasety VHS filmów i programów, co usiłowano zniwelować obniżeniem ceny kaset o mniej więcej połowę i sprzedawaniem ich klientom na własność bezpośrednio przez firmy związane ze studiami. Dopiero to rozwiązanie okazało się niezwykle lukratywne dla kinowych hitów, a przykład *Top Gun* (1986, Tony Scott), który w ciągu pierwszego roku dystrybucji wideo sprzedał się na 15 milionach kaset, przynosząc studiu 175 mln dolarów dochodu, jest symptomatyczny¹⁷. Co więcej, kiedy okazało się, że kasety najlepiej sprzedają się w wypożyczalniach, wcześniejsze animozje między tymi podmiotami a studiami wielkiej szóstki szybko zanikły. W kolejnych dekadach rynek DVD, następcą VHS-ów, był już traktowany jako „kura znosząca złote jajka”. Przynosił bowiem łatwe zyski z dystrybucji starszych filmów o dawno zamortyzowanych kosztach produkcji.

Pod koniec lat 90. stosunek dochodów z trzech głównych kanałów (tzw. *windows*) kształtował się następująco: 34,4% z rynku wideo-DVD (łącznie wypożyczanie i sprzedaż kaset oraz płyt), 34,3% z kodowanych kanałów telewizyjnych i 31,3% z dystrybucji filmu w kinach¹⁸. Proces słabnięcia pozycji dystry-

¹⁶ Stephen Prince, *A New Pot of Gold...*, op. cit., ss. 96–97.

¹⁷ Ibidem, s. 107.



Kciuk Toma Cruise'a uniesiony, rynek VHS gotowy do wzlotu. *Top Gun* udowodnił, jakim eldorado może być sprzedaż kaset wideo

bucji kinowej w strukturze dochodów nasilał się: w efekcie w połowie pierwszej dekady nowego wieku stanowiły one już jedynie około 15% przychodu z trzech głównych kanałów dystrybucji¹⁹. Jednocześnie błędne byłoby przypuszczenie, iż dystrybucja kinowa przestała być istotną dlatego, że sukces w kinowym *box office* pozostaje warunkiem niezbędnym dla powodzenia w kolejnych, statystycznie bardziej dochodowych kanałach rozpowszechniania.

Dodatkowe kanały dystrybucji stabilizowały dochody studiów, choć niekoniecznie pozwalały na pokrycie strat z filmów ponoszących klępkę w kinach (w takich przypadkach pozwalały najczęściej jedynie na pokrycie kosztów promocji i marketingu, i tak w warunkach amerykańskich niebagatelnych). Jeżeli film (jako okręt flagowy lub lokomotywa oferty studia) odnosił sukces w kinach, przynosił jednak ogromny dochód. Bywało też tak, że w złotych latach VHS premiera wideo pociągała za sobą repremierę kinową. W rachubach producenckich nowe media pozwalały również na ograniczanie inwestycyjnego ryzyka poprzez tzw. „crossowanie pól eksploatacji” (*cross-collateralization*), w których inwestycję w film kinowy zabezpieczano prawami do eksploatacji telewizyjnej oraz wideo lub DVD, w najgorszym wypadku przynajmniej ograniczającą potencjalne straty.

[P]rodukt musiał nadawać się do masowej produkcji w różnorodnych formatach połączonych wspólną marką, stylem czy korporacyjną identyfikacją. Jak podkreślał w 1981 roku szef Paramountu, Michael Eisner, film może dać początek wielu działaniom marketingowym i licencyjnym, jeśli przychody z nich są odpowiednio wysokie, ale koniecznym jest, by wszystkie strumienie zysków z nich płynące pozostały pod kontrolą studia. Dyrektor departamentu prze-

¹⁸ Toby Miller i in., *Global Hollywood 2*, op. cit., s. 306.

¹⁹ Philip Drake, *Distribution and Marketing...*, op. cit., s. 76.

mysłu rozrywkowego w Wells Fargo Bank zwracał z kolei uwagę na fakt, iż możliwość wielokrotnej reprodukcji filmu pod różnymi postaciami była kluczową dla uzyskania finansowania przez bank. «Jeśli tylko producent mógł pokazać swoim kredytodawcom, iż posiada prawa do produktów pochodnych, takich jak album ze ścieżką dźwiękową, serial telewizyjny czy inny przyciągający uwagę produkt – od razu był wysłuchiwany z większym zainteresowaniem. W istocie projekty filmowe były finansowane głównie w oparciu o potencjał sprzedaży ich dodatkowych produktów²⁰.

System ten spowodował więc, że jednym ze zjawisk nowej epoki stało się wykorzystywanie merchandisingu, czyli udzielania licencji na produkcję i sprzedaż całej gamy towarów wykorzystujących wizerunki postaci oraz inne zastrzeżone elementy uniwersów popularnych filmów. Określane mianem *tie-ins* przedmioty bazujące na światach przedstawionych filmów bądź całych ich serii, począwszy od zabawek, koszulek, kubków, t-shirtów oraz całej gamy innych produktów, a skończywszy na grach komputerowych, powieściach czy komiksach, stały się istotnym źródłem dochodu właścicieli praw autorskich, czyli studiów wielkiej szóstki. Źródło to było przy tym nader wygodne, nie pociągało za sobą żadnych poważnych dodatkowych inwestycji ani też jakiegokolwiek ryzyka, udzielano bowiem licencji, a produkcję gadżetów oraz ryzyko ich mniejszej niż oczekiwano sprzedaży cedowano na firmy zewnętrzne. Ponadto gadżety miały też działające na rzecz poszczególnych tytułów zalety promocyjne. Kinowe opowieści w coraz większym stopniu stawały się *toy stories*, a myślenie w tych kategoriach mocno zakorzeniło się w branży. Janet Wasko przytacza przykład sympozjum dla scenarzystów i producentów, zorganizowanego przez UCLA już w późnych latach 70., na którym jeden z dyrektorów firmy wytwarzającej gadżety związane z *Gwiezdnymi wojnami* otwarcie zalecał scenarzystom, by tworzyli fabuły i postaci z wyraźnym potencjałem w tej dziedzinie²¹.

W korporacyjnym Hollywood upowszechniło się przekonanie, iż „wszystkie scenariusze są jednocześnie biznesplanami”. O skierowaniu scenariusza do produkcji zaczęły przesądzać takie czynniki jak potencjał sprzedaży gadżetów, zorganizowanie promocji łączonych bądź zapoczątkowanego w latach 80. *product placement*, a nie tylko lub nawet nie przede wszystkim dramaturgia, konstrukcja fabuły czy precyzja intrygi. Uzmysławia to stopień utowarowienia filmu w realiach globalnego Hollywood, wiodącą rolę logiki ściśle ekonomicznej,

²⁰ Stephen Prince, *A New Pot of Gold...*, op. cit., ss. 136–137.

²¹ Janet Wasko, *Hollywood in the Information Age...*, op. cit., s. 213.

zacieranie się granicy między filmem a reklamą oraz status filmu jako wielokrotnie sprzedawanego towaru, służącego ponadto sprzedaży dodatkowych produktów i stawiającego przed korporacyjnym studium zadanie kontroli wszystkich zmnożonych strumieni dochodu.

Jak zaznacza Prince, do lat 80. filmy prawie nie istniały poza budynkiem kinowym. Od tamtej pory rozpowszechnia się je w płatnej telewizji kablowej, telewizji *pay-per-view*, na nośnikach takich jak taśmy VHS czy dyski²². Film przeobrażał się, fluktuował, wnikał w kolejne kanały dystrybucji i rozpowszechniania, realizując tym samym swe nowe, proteuszowe możliwości. Utwór filmowy, ulegając metamorfozom i multiplikacji w różnych mediach i kanałach dystrybucji zarazem, przestawał być jednorodnym fenomenem związanym z określonym miejscem i modelem odbioru, a stawał się do pewnego stopnia zmienną formą multimedialną, dla której kinowy film fabularny był tylko podstawą, punktem wyjścia. Thomas Elsaesser pisał o nowym statusie filmu jako metalowej kulki znanej z automatów do gry w pinball²³. Film-metalowa kulka umiejętnie utrzymywany jest przez dłuższy czas w polu gry, przynosząc zręcznym graczom szereg premii i bonusów: ze sprzedaży nośnika VHS lub DVD, w kanałach telewizyjnych, z książek i komiksów czy niezliczonych gadżetów.

Wzrost kosztów produkcji

W 1980 roku przeciętny budżet filmu powstającego w studiach wielkiej szóstki wynosił 13,7 mln dolarów (9,4 mln wynosił budżet produkcyjny, a 4,3 mln dolarów koszty wykonania kopii i promocji), w 1990 roku było to już 38,8 mln dolarów (przy podziale dwóch głównych składowych kosztów w proporcji 26,8 mln na produkcję i 12 mln na kopie i promocję), a w 2000 roku już 82,1 mln dolarów (54,8 mln plus 27,3 mln). Po uwzględnieniu czynnika inflacji, dość wysokiego u progu dekady, i korekty w oparciu o siłę nabywczą dolara z 2000 roku, sekwencja wzrostu skorygowanego i liczonego całościowo budżetu wygląda jednoznacznie: 1980 – 28,6 mln dolarów, 1990 – 51,1 mln dolarów i 2000 – 82,1 mln dolarów. Innymi słowy, nawet po skorygowaniu danych w oparciu o czynnik inflacji, koszt realizacji filmu wzrósł w ciągu dwóch dekad o 287%, czyli rósł niemal o 15% rocznie²⁴.

²² Ibidem, s. 141. Por. Andrzej Gwóźdź, *Kino po kinie – film po kinie*, w: *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*, red. Andrzej Gwóźdź, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010, s. 12.

²³ Thomas Elsaesser, *The Blockbuster...*, op. cit., s. 18.

Na ten stan rzeczy złożyło się kilka przyczyn: konkurencja w walce o talenty i niezwykle hojne gaże gwiazd i scenarzystów, wypłacane przez studia niezależne w rodzaju Carolco i w efekcie prowadzące do wzrostu płac w całym biznesie. Do tego doszedł zdumiewający wzrost potęgi agentów gwiazd, wiążących swoje aktywa w pakiety (gwiazda aktorska, reżyser, scenariusz) i dyktujących warunki studiom. Ważne było też istnienie wysokobudżetowych filmów jako okrętów flagowych całej oferty danego studia, a nawet wzrost cen srebra²⁵. Zwyżka kosztów produkcji filmu, jak kilka innych zjawisk charakteryzujących lata 80., miała swój początek już w dekadzie wcześniejszej: dziesięcioleciu inflacji w amerykańskiej gospodarce oraz inflacji ego niektórych reżyserów Nowego Hollywood, co wymknęło się spod producenckiej kontroli kosztów.

Można oczywiście spojrzeć na zjawisko wzrostu kosztów w taki sposób, jaki proponuje Thomas Elsaesser, czyli jako swoisty „wyścig zbrojeń”, który sprawił, iż żaden inny globalny konkurent nie był w stanie zainwestować podobnych pieniędzy, uzyskać udziału porównywalnych gwiazd czy zbliżonych *production values*²⁶. Jon Lewis obrazuje tę sytuację pisząc, że produkcja wysokobudżetowych filmów zaczęła przypominać pokera o stawkach niedostępnych dla niemal wszystkich pozahollywoodzkich graczy²⁷.

W wymiarze bardziej lokalnym i krótkoterminowym niż globalna strategiczna przewaga wzrost ten był jednak powodem do niepokoju, by nie powieździe paniki. Uczucia te towarzyszyłyby producentowi każdego innego towaru, którego koszty wykonania rosłyby średnio o 15% rocznie, a stan taki utrzymywałby się nieprzerwanie przez dwadzieścia lat. Jedynym ratunkiem w takiej sytuacji wydaje się wzrost popytu oraz idący w ślad za nim wzrost sprzedaży. Tymczasem przez całą dekadę lat 80., mimo wzrostu liczby kin o jedną trzecią, liczba sprzedanych w USA biletów pozostawała na stałym poziomie miliarda rocznie. Pewien wzrost dochodów z rynku wynikał z podwyższenia ceny biletu, zabiegu tego nie można było jednak stosować w nieskończoność. Kinowy rynek wewnętrzny najwyraźniej nie miał już potencjału wzrostu. Koszty tymczasem

²⁴ Allen J. Scott, *Hollywood and the World: the Geography of Motion-Picture Distribution and Marketing*, w: Toby Miller, *The Contemporary Hollywood Reader*, Routledge, London 2009, s. 171.

²⁵ W wyniku zawirowań na rynku tego surowca, związanych z próbą osiągnięcia monopolu przez jeden z podmiotów, srebro podrożało u progu dekady o prawie 780% w ciągu roku, co z uwagi na jego wykorzystanie w procesie wytwarzania celuloidowej taśmy przełożyło się na wzrost ceny nośnika o 45% w przypadku taśmy barwnej i 70% w przypadku czarno-białej.

²⁶ Thomas Elsaesser, *The Blockbuster...*, op. cit., ss. 16–17.

²⁷ Jon Lewis, *The End of Cinema As We Know It and I Feel... An Introduction to a Book on Nineties American Film*, w: *The End of Cinema...*, op. cit., s. 4.

rosły nieprzerwanie w rezultacie działania kilku czynników, których zniwelowanie nie leżało w mocy studiów.

Studia wielkiej szóstki, chcąc uniknąć bankructwa, u którego progu stały już przecież na początku lat 70., nie miały innego wyboru niż: po pierwsze, „wyruszyć w świat” i w jeszcze większym stopniu niż wcześniej opanować rynki zagraniczne; a po drugie, nie marnować okazji do zarobienia każdego możliwego dolara na pozakinowych rynkach filmowych i w nowych kanałach dystrybucji.

Część rozwiązań charakteryzujących zmodyfikowaną organizację przemysłu filmowego, jak wykorzystywanie systemu gwiazd czy powrót do pośredniej przynajmniej kontroli nad dystrybucją i wyświetlaniem, była całkiem tradycyjna i tkwiła korzeniami jeszcze w Hollywood klasycznym. Inne, jak oparcie logiki ekonomicznej na blockbusterach czy dystrybucyjna strategia zmasowanej premiery na setkach ekranów, były z wielkim powodzeniem testowane już w latach 70. Nowością w dekadzie lat 80. stało się natomiast warunkowane rozwojem technologii i praktyk odbiorczych wykorzystywanie dodatkowych kanałów rozpowszechniania oraz uwaga przywiązywana do sprzedaży licencjonowanych okółofilmowych gadżetów, których potencjał, również u schyłku dekady lat 70., pokazał George Lucas. Istotne jest tutaj nie tyle nowatorstwo poszczególnych rozwiązań, co skoordynowanie ich, połączenie w spójny system, a następnie maksymalne rozwinięcie i wykorzystanie przez nadrzędne względem studiów korporacyjne struktury. Nowością była też koncentracja nie tyle na wyprodukowaniu pojedynczych hitów, co przede wszystkim na poszukiwaniu całych francyz, umożliwiających produkcję kolejnych części oferujących możliwość rozwinięcia wachlarza transmiedialnych produktów zakorzenionych w uniwersum danej serii.

Stabilizacja modelu produkcji

Trzecim z najważniejszych celów studiów filmowych, obok znaczącego zwiększenia udziału w rynku światowym oraz konsekwentnego wykorzystania dodatkowych źródeł zysku, było doprowadzenie do stabilizacji dochodów, ich większej przewidywalności i ograniczenia ryzyka²⁸.

²⁸ Pogląd na nieprzewidywalność finansowych wyników nie tyle nawet poszczególnych filmów, lecz całych studiów oraz ogromne wahania dochodów obrazuje przykład Columbii, która rok 1970 zamknęła zyskiem niecałych 11 mln dolarów, rok 1971 stratą prawie 140 mln, rok 1972

Koszty pojedynczych przedsięwzięć były już bowiem tego rzędu, iż w wypadku niepowodzenia zdolne były doprowadzić do upadku całego studia, o czym świadczył dobitnie przykład *Wrót niebios* (*Heaven's Gate*, 1980) Michaela Cimino²⁹. Dekada lat 80. przyniosła kolejną odsłonę w zmiennej grze sił, a przewagę w systemie uzyskali ponownie producenci i zarządzający studiami, utracili zaś dzierżący ją w latach 70. reżyserzy. Hollywood przestało być enklawą figur „większych niż życie”: Francis Ford Coppola, Roberta Altmana czy Michaela Cimino. Nikt nie był skłonny pozwalać na kręcenie wojennego filmu o Wietnamie na Filipinach, skoro łatwiej, taniej i bezpieczniej można było to zrobić w mniej spektakularnej lokacji³⁰. Przedostatnia dekada stulecia była więc czasem filmowców w rodzaju Stevena Spielberga i George'a Lucasa, mających staroświeckie zalety studyjnych reżyserów ery klasycznej, takie jak kończenie filmu zgodnie z harmonogramem zdjęć i w założonym budżecie, oraz walory typowe dla nowych czasów, takie jak dogłębne rozumienie tego, czym stał się film w erze nowych kanałów dystrybucji oraz rynków okołokinowych, a także istoty filmowego autorstwa, gdy nie jest ono jedynie kręceniem filmu, lecz kreowaniem transmedialnych uniwersów i przynależących do nich merkantylnych produktów. Stąd tak zasadne i celne jest pytanie Jona Lewisa: „czy gdyby Spielberg i Lucas nie pojawili się na scenie w latach 80., rządzący studiami musieliby ich wynaleźć”³¹?

Amerykańskie kino niezależne i jego miejsce w systemie

Nowe kanały rozpowszechniania w postaci stacji telewizyjnych oraz kaset VHS przyniosły też szansę rozwoju studiom niezależnym. Ich wzrost nie był wcale niekorzystny dla wielkiej szóstki. Zaspokojenie popytu powodowanego pęczniejącymi ramówkami telewizyjnymi było dla nich trudne ze względów kapi-

stratą nieco ponad pół miliona dolarów, a 1973 stratą 65 mln dolarów. Patrz: Michael Contant, *The Paramount Decrees Reconsidered*, w: *The American Film Industry...*, op. cit., ss. 541–542.

²⁹ Film Cimino o zakładanym budżecie 7,5 mln dolarów kosztował ostatecznie ponad 35 mln (dodatkowe 6 mln wyniosły koszty promocji, tymczasem film dostarczył zaledwie 1,5 mln dolarów przychodu z biletów). Konieczność wyłożenia tych środków zablokowała szereg innych przedsięwzięć studia i zakłóciła cały tok jego działalności. Nie był to przypadek odosobniony. *Czas Apokalipsy* Francis Ford Coppola również miał budżet przekroczony czterokrotnie, ale studio było w tym przypadku zabezpieczone, dodatkowe koszty ponosiła bowiem koprodukująca film prywatna firma reżysera.

³⁰ Peter Biskind, *Easy Riders, Raging Bulls. How the Sex 'n' Drugs 'n' Rock 'n' Roll Generation Saved Hollywood*, Bloomsbury, London 1999, s. 348.

³¹ Cyt. za: Thomas Elsaesser, *The Persistence of Hollywood*, Routledge, London 2012, s. 288.

tałowych, ale przede wszystkim nie paliły się do tego z uwagi na świadomość, iż jednym z warunków rentowności biznesu filmowego jest niedopuszczenie do nadprodukcji. W nowej rzeczywistości zarządzający studiami dbali przede wszystkim o wysokobudżetowe okręty flagowe umożliwiające wypłynięcie w świat całej flotyli produktów dodatkowych, natomiast prócz tego skłaniali się ku ograniczeniu zaangażowania w produkcję (zawsze ryzykowną i kłopotliwą), gdy aby uzyskać dostęp do strumieni pieniędzy płynących z rynku, wystarczała kontrola nad dystrybucją. Celem było zarabianie jak najwięcej na realizacji ograniczonej liczby filmów oraz utrzymanie kontroli nad kanałami rozpowszechniania. W systemie pojawiała się więc przestrzeń dla studiów niezależnych. W latach 1983–1987 liczba filmów produkowanych rocznie przez *majors* pozostawała stała, zamykając się w przedziale 70–80 tytułów, podczas gdy w tym samym okresie produkcja *indies* niemal podwoiła się, wzrastając z 255 do 476 tytułów³².

Złudzeniem byłoby jednak postrzeganie niezależnych jako alternatywy dla wielkich studiów lub fenomenu antagonistycznego w całym systemie kinematograficznym. Działo się tak nie tylko z powodu rosnącego *désintéressement* dużych studiów mniejszymi filmami oraz ogólnym wzrostem wolumenu realizowanych tytułów. Korzyści dla wielkiej szóstki wykraczały poza pozbycie się ryzykownych, a przynoszących na ogół niewielkie profity przedsięwzięć i możliwość koncentracji na tym, co stało się główną dziedziną ich działalności, czyli na maksymalnie efektywnym wykorzystywaniu finansowego potencjału superprodukcji oraz produktów pochodnych. Asu Aksoy i Kevin Robins nazywają niezależnych producentów „rybami pilotami” dużych studiów³³. Inni badacze postrzegają z kolei afiliowanych już przy dużych studiach *indies* jako swoiste działy badań i rozwoju (*research & development*)³⁴. Gdy wysokobudżetowe projekty z uwagi na wysokość stawek w grze nie skłaniały do twórczego ryzyka, te mniejsze pozwalały testować nowe estetyki, style filmowe, techniczne i narracyjne innowacje, chroniąc styl głównego nurtu przed skostnieniem. Sfera *indies* stanowiła też rezerwuar nowych talentów reżyserskich, pozwalający im zdobyć doświadczenia oraz pokazać swoje możliwości. *Majors* chętnie potem po nich sięgali, nierzadko oferując im możliwość kierowania studyjnymi „okrętami flagowymi” (dość wspomnieć tu Tima Burtona i Christophera Nolana oraz

³² Stephen Prince, *A New Pot of Gold...*, op. cit., s. 44.

³³ Thomas Elsaesser, *The Persistence of Hollywood...*, op. cit., s. 288.

³⁴ Murray Smith, *Theses on the Philosophy of Hollywood History*, w: *Contemporary Hollywood Cinema*, red. Steve Neale, Murray Smith, Routledge, London 1998, s. 9.

ich Batmana, Bryana Singera i serie o Supermanie i X-Menach, Petera Jacksona i jego filmy tolkienowskie czy Stevena Soderbergha i trylogię o Danny'm Ocean).

Z drugiej strony, firmy uzyskujące najsilniejszą pozycję w sektorze *indies* nie pozostawiały złudzeń co do tego, iż ich ambicją jest upodobnienie się, a następnie stanie się kolejnym *major*. Sztuka ta ostatecznie nikomu się nie udało. Odnoszące największe sukcesy studia niezależne lat 80. swój wyścig do statusu *major* kończyły najczęściej bankructwem, a ich najbardziej wpływowi następcy z lat 90. wybierali już strategię afiliacji z dużym studiem poprzez kontrakty dystrybucyjne lub bardziej formalne powiązanie jako jednostki zależne (*subsidiaries*).

Bankructwa stały się udziałem Carolco, Cannona czy Vestron Pictures, mimo powstania w nich wielu emblematycznych, popularnych filmów dekady. Los tych studiów był podobny bez względu na to, czy strategia polegała na agresywnej licytacji o gwiazdy aktorskie i pożądane scenariusze, co szybko doprowadziło do ogromnego wzrostu kosztów (przypadek Carolco płacącego Sylwestrowi Stallone czy Arnoldowi Schwarzeneggerowi po kilkanaście milionów dolarów za rolę), czy na bardziej wyważonym planie zabezpieczenia inwestycji poprzez system przedsprzedaży praw do dystrybucji na różnych terytoriach, co z kolei nie pozwalało na czerpanie ponadprzeciętnych zysków w razie naprawdę dużego sukcesu, a w przypadku porażki zrażało potencjalnych przyszłych inwestorów (przypadek Cannonna).

Drogą afiliacji przy dużych studiach, którą już w latach 80. obrało Orion Pictures czy Castle Rock Entertainment, podążyły New Line Cinema oraz Miramax. To ostatnie stało się synonimem kina niezależnego schyłku lat 80. i dekady następnej. Bracia Harvey i Bob Weinstein założyli swoją firmę w 1979 roku i weszli w nową dekadę z werwą i dynamiką działania typową dla ich wcześniejszej profesji – organizatorów koncertów rockowych i menadżerów muzyków. Początkowo zajmowali się dystrybucją i sprawnie funkcjonowali w niewielkiej w USA rynkowej niszy kina artystycznego. Dekada lat 80. i relatywne powodzenie w rozpowszechnianiu pierwszych filmów Jima Jarmuscha, braci Coen i Spike'a Lee przekonywały, iż nie musi to być nisza niedochodowa. Z drugiej strony, dostrzegano istnienie swoistego „szklanego sufitu”: żaden film powstały poza systemem studyjnym lub próbującymi naśladować studia wielkiej szóstki *mini-majors* nie zarobił nigdy więcej niż 20 milionów dolarów. Szefowie Miramaxu doprowadzili do zmiany trendu i wypromowali kino niezależne na niespotykaną wcześniej skalę, trwale zmieniając kulturę i obyczaje związane

z tym sektorem. Nie wahali się wykorzystywać dla celów reklamowych skandali i prowokacji, nie cofali się przed łożeniem na promocję środków dorównujących tym, jakie inwestują wielkie studia. Wydobyli kino niezależne z art-house'owej niszy i wprowadzili je do multipleksów w centrach handlowych (co początkowo uważano w tym środowisku za posunięcie kontrowersyjne). Zdarzało im się bezceremonialnie przemontowywać wersje reżyserskie bez zgody reżyserów, ale z wielką estymą podchodzili do wiedzy płynącej z reakcji publiczności na pokazach testowych. W dużej mierze kształtowali krajobraz amerykańskiego kina lat 90., doprowadzając do udanego mariażu kina artystycznego z preferencjami szerszej widowni, do przekroczenia bariery między elitarną sztuką wysoką a kulturą popularną.

Bracia Weinstein spektakularnie przebili charakteryzujący dystrybucję niezależnych „szklany sufit” dwoma filmami, które znaczyły przełom w historii ich firmy w nie mniejszym stopniu niż w twórczości realizujących je reżyserów. Wydali 2,5 mln dolarów na promocję nakręconego za 1,2 mln dolarów i nagrodzonego Złotą Palmą w Cannes filmu *Seks, kłamstwa i kasety wideo* (*Sex, Lies, and Videotape*), debiutu 26-letniego Stevena Soderbergha. Film, wprowadzony do kin przy zastosowaniu strategii nalotu dywanowego na 1100 kopiach jednocześnie, przyniósł 24,7 mln dolarów w kinach amerykańskich i kolejne 30 mln dolarów za granicą. Niespotykany wcześniej sukces szybko został przyćmiony przez – również nagrodzony Złotą Palmą – drugi film Quentina Tarantino, *Pulp Fiction* (1994). Obraz o budżecie 8 mln dolarów przyniósł 107 mln dolarów w dystrybucji krajowej, drugie tyle w zagranicznej oraz 30 mln dolarów z samej sprzedaży kaset wideo, rozpoczynając nową epokę w historii Miramaxu i amerykańskiego kina niezależnego. Jego sukces był tak wielki, iż paradoksalnie rzucał cień na przyszłość fenomenu *indies*.



Andie MacDowell i James Spader w *Seks, kłamstwa i kasety wideo* Stevena Soderbergha. Jeszcze bardziej sensacyjna niż tytuł filmu była Złota Palma dla 26-letniego debiutanta

John Travolta i Samuel L. Jackson w filmowym odpowiedniku układu z Schengen: *Pulp Fiction* brawurowo znosi granice między kinem artystycznym i popularnym



Istotnym elementem ekonomicznego modelu filmów niezależnych był udział hollywoodzkich gwiazd aktorskich, zgadzających się grać za znacznie mniejsze stawki dla przyjemności i prestiżu płynących z zaangażowania się w ambitne artystycznie przedsięwzięcie. Skala sukcesu niektórych filmów niezależnych, przede wszystkim *Pulp Fiction*, sprawiła, iż pozyskać gwiazdy było coraz trudniej, znacząco wzrosły więc budżety i koszty realizacji. Dzieło Tarantino nie tylko inspirowało do stylistycznych naśladownictw, lecz również stanowiło pokusę, by powtórzyć poruszający wyobraźnię produkcyjny i dystrybucyjny sukces, jaki stał się jego udziałem. Rosły budżety i ambicje, a wraz z nimi – ponownie – upodabnianie się do *majors*. Tym bardziej harmonijnie przebiegał w efekcie proces afiliowania najatrakcyjniejszych studiów przy korporacjach zarządzających studiami wielkiej szóstki.

New Line Cinema, zakupione w 1994 roku przez Teda Turnera, dwa lata później stało się częścią koncernu Time Warner (podobnie jak zależne od niego już wcześniej Castle Rock Entertainment). Studio Good Machine w 2001 roku sprzedano Universalowi, a rok później, wraz z USA Films i Universal Focus, weszło ono w skład Focus Features w korporacyjnej strukturze NBC/Universal. Dołączyły one w ten sposób do innych studiów zależnych, posiadanych przez korporacyjnych graczy zawiadujących Hollywood: Fox Searchlight Pictures (News Corporation – właściciel 20th Century Fox), Sony Pictures Classics, TriStar Pictures i Destination Films (Sony Pictures – właściciel Columbi). Miramax od 1993 związany był z Disneyem, gwarantującym Weinsteinom środki na ich produkcje do poziomu 700 mln dolarów rocznie. Bracia byli już na drodze, która wiodła do *Zakochanego Szekspira* (*Shakespeare in Love*, 1998, John Madden) i zwycięstwa w zażartej oscarowej rywalizacji roku 1999 ze Stevenem Spielbergiem (siedem statuetek zdobył film Maddena, a sześć *Szeregowiec Ryan / Saving Private Ryan*, 1998).



Gwyneth Paltrow i Joseph Fiennes w *Zakochanym Szekspirze*: spełnionym śnie Weinsteinów o deszczu Oscarów

Te spośród ryb pilotów, które miały najwięcej ikry, najwyraźniej zapragnęły zostać rekinami. Nie powinniśmy jednak postrzegać tego w upraszczającej perspektywie „zaprzeczenia się” systemowi bądź korporacyjnym strukturom. Często przeciwstawia się ekspansywne i zuchwałe postępowanie Weinsteinów działalności powołanego do istnienia w tym samym roku co ich firma Sundance Institute, ujmując rzecz w czarno-białą formułę rosnącej komercjalizacji z jednej i dbałości o niezależną sztukę filmową z drugiej strony. Fenomeny takie jak Sundance potrzebowały bowiem energii i śmiałości Weinsteinów do wykreowania mody na film niezależny, twórczej syntezy „wysokiego” i „niskiego” w świecie filmu, nawet jeśli jej rezultaty nie trwały długo. To dzięki temu kino lat 90. było tak ciekawe, a wiele drobnych rybek pływających wokół studyjnych rekinów mogło w ogóle zostać dostrzeżonych.



Tom Hanks w *Szeregowcu Ryaniu*. Pokonanie w oscarowym wyścigu promocyjnych zagrywek konkurencji z Miramaxu okazało się trudniejsze niż sforsowanie nadmorskich zasieków w czasie D-Day: ostatecznie się nie udało

Stary Kontynent

Do tych, którzy nie radzili sobie najlepiej z przywołaną wyżej nową filmową „grą w pinball”, należeli z pewnością przedstawiciele europejskich przemysłów filmowych. Lata 80. i 90. były dla nich czasem trudnym. Amerykański przemysł w obliczu wyzwań i trudności przełomu lat 70. i 80. wynalazł siebie na nowo i znacząco umocnił globalną dominację. Wydarzyło się to przede wszystkim kosztem pozycji producentów europejskich na własnych rynkach wewnętrznych. Złudzeń nie pozostawia nam zestawienie ukazujące dynamikę tego udziału w latach 80. na pięciu najważniejszych rynkach Starego Kontynentu.

Tabela: Udział filmów amerykańskich w rynkach europejskich w latach 1980–1990 (w procentach).

Kraj \ Rok	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Francja	35,2	30,8	30,0	35,0	36,8	39,1	43,3	43,8	45,9	55,3	56,9
Niemcy	54,9	52,9	55,4	60,4	65,8	59,0	62,6	58,3	64,4	65,7	84,8
Włochy	33,7	32,6	32,0	41,6	47,6	48,6	51,3	48,1	56,0	63,1	69,4
Hiszpania	35,0	50,0	50,0	50,8	53,8	58,4	64,1	58,4	64,2	71,4	72,5
Wielka Brytania	88,0	85,0	82,0	78,0	81,0	84,0	86,0	89,0	77,0	84,0	89,0

Źródło: John Hill, *Przyszłość kina europejskiego*, w: *Kino Europy*, red. Piotr Sitarski, Rabid, Kraków 2001, s. 186.

W latach 80. nasilił się trwający już od dwudziestu lat trend ciągłego spadku europejskiej widowni kinowej. Od roku 1980 do połowy lat 90. liczba biletów sprzedawanych w Europie spadła z 900 milionów rocznie do 540 milionów. Kiedy przyjrzymy się tym danym bliżej, okazuje się, iż niemal w całości spadek ten dotyczył kina europejskiego, podczas gdy produkcja konkurentów zza oceanu cieszyła się w Europie mniej więcej stałym powodzeniem. Liczba biletów sprzedanych w europejskich kinach na filmy amerykańskie spadła jedynie z 425 mln do 420 mln rocznie, podczas gdy sprzedanych w Europie na filmy europejskie z 475 mln do 120 mln³⁵. Na początku lat 90. producenci europejscy

³⁵ *Report by the Think-Tank on the Audiovisual Policy in the European Union*, Brussels 1994, s. 17.

trwale posiadali jedynie 20–30% udziału we własnym wewnętrznym rynku, podczas gdy niemal cała reszta przypadała na filmy amerykańskie. W latach 1989–1997 w całym sektorze audiowizualnym (film, telewizja i rynek wideo/DVD) deficyt handlowy Europy w stosunku do Stanów Zjednoczonych powiększył się z 2 mld dolarów do 5,6 mld dolarów rocznie³⁶.

Wprawdzie zdarzały się pojedyncze sukcesy frekwencyjne (np. *Wielki błękit*, / *Le Grand Bleu*, 1988, Luc Besson; *Cinema Paradiso*, 1988, Giuseppe Tornatore; *Delikatesy/Delicatessen*, 1991, Marc Caro, Jean-Pierre Jeunet), ale brakowało im przemysłowej powtarzalności, stojących za nimi trwałych podmiotów producenckich oraz globalnego efektu skali. Do końca dekady lat 90. spadała w Europie Zachodniej liczba produkowanych filmów oraz sal kinowych. Na początku lat 90. jedynie kilkanaście filmów francuskich, włoskich i niemieckich rocznie osiągało widownię kinową większą niż 200 tysięcy. Słabła żywa niegdyś koprodukcyjna współpraca pomiędzy najważniejszymi krajami zachodnimi. Nasilało się rozdrobnienie przemysłów i audytoriów europejskich, a filmy kontynentalne coraz rzadziej przekraczały granice kraju pochodzenia (szacowano, iż dzieje się tak w przypadku zaledwie co dziesiątego tytułu). Według danych przytaczanych przez Toby'ego Millera, w 1999 roku filmy niemieckie i hiszpańskie miały po 0,3% udziału w rynku pięciu pozostałych głównych krajów europejskich, a francuskie nie osiągnęły więcej niż 1,5% udziału w rynku żadnego z krajów Starego Kontynentu. Filmy włoskie osiągnęły 4% udziału w rynku hiszpańskim, jednak na żadnym innym nie przekroczyły 1,2%. Nieco lepiej wyglądała sytuacja przemysłu brytyjskiego, ale działo się tak, paradoksalnie, dzięki koproducentkim związkom z Hollywood³⁷.



Wielki błękit: eskapistyczne marzenie, czyli „gdziekolwiek, gdziekolwiek, byle poza ten świat!”

³⁶ Toby Miller i in., *Global Hollywood 2*, op. cit., ss. 10 i 87.

³⁷ Ibidem, s. 189.

Delicatessen: krew z krwi i kość z kości francuskiej kultury w kostiumie filmowego postmodernizmu



Szczególnie dotkliwie rysował się kryzys w postsocjalistycznych kinematografiach Europy Środkowo-Wschodniej. Za socjalizmu dostrzegano przede wszystkim oczywiste utrapienia, jakie niósł ze sobą ustrój, zwłaszcza opresję polityczną i uciążliwość cenzury. O tym, jak wygodny dla twórców był mecenat państwa w aspekcie ekonomicznym (stuprocentowe finansowanie budżetu), przekonano się dopiero, gdy go zabrakło. Lata 90. przyniosły w kinematografiach dawnego bloku wschodniego dotkliwy kryzys na wszystkich niemal polach: spadła liczba widzów w kinach, a same obiekty podupadły bądź zbankrutowały, obniżyła się liczba produkowanych filmów, ogromnych trudności przysparzało kompletowanie budżetu w oparciu o rodzące się dopiero i dysponujące skromnymi środkami instytucje. Filmy w regionie kręcono najczęściej przy ograniczonych budżetach, co automatycznie przekładało się na ich wymiar produkcyjny oraz poziom realizacji. Szczególnie trudna była sytuacja twórców próbujących zadebiutować. W jednych krajach kryzys miał charakter łagodniejszy (zdecydowanie najlepiej radzili sobie Czesi), w innych przejawiał się mocniej (tutaj wypada zaliczyć Polskę). Nie zmienia to faktu, iż pisząc o tym okresie w regionie, eksperci Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego konstatowali: „Jest prawdopodobnie jednym z najsmutniejszych paradoksów ostatnich lat, że gdy powrót demokracji do krajów Europy Środkowo-Wschodniej pod koniec lat osiemdziesiątych przyniósł ogromne nadzieje na otwarcie i współpracę kulturalną, rynkowa rzeczywistość okazała się więcej niż rozczarowująca”³⁸. Sformułowanie „więcej niż rozczarowująca” jest zręcznym eufe-

³⁸ *Distribution on the European Union Market: Films from Central and Eastern Europe, the Mediterranean Basin, Africa, Latin America and Asia. Report for the Conference of the Future of Cinema and the Audiovisual Sector Within the Framework of European Union Enlargement*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2003, s. 6.



Zdeněk Svěrák i Andriej Chalimon w *Koli*: jedynym filmie z Europy Środkowo-Wschodniej, który przed unijną akcesją przyciągnął do kin w Europie Zachodniej widownię większą niż śladową

mizmem opisującym sytuację, gdy kino naszego regionu praktycznie znika z międzynarodowego obiegu, wyjąwszy dokonania Krzysztofa Kieślowskiego w koprodukcyjnej współpracy z Francją oraz nagrodzonego Oscarem w kategorii filmu nieanglojęzycznego *Kolę* (*Kolja*, 1996) Jana Svěráka.

W latach 1996–2002 z dziesięciu krajów Europy Środkowo-Wschodniej jedynie 49 filmów było dystrybuowanych w co najmniej jednym z krajów ówczesnej unijnej piętnastki. Stanowiły one tym samym 0,9% liczby filmów wyświetlanych w tym czasie na zachodnioeuropejskich ekranach. Co gorsza, filmy te przyciągnęły do kin 2,4 miliona widzów, czyli 0,05% europejskiej widowni tego okresu³⁹. Ówczesną zagraniczną obecność kina środkowoeuropejskiego możemy więc wyrazić w promilach.

Interesującym zjawiskiem obrazującym światowy rynek filmowy jako pewien całościowy system była reakcja na rosnącą dominację globalnego Hollywood (oraz malejącą chęć telewizji i prywatnych inwestorów do wspierania produkcji) w postaci rozbudowy systemów publicznego wsparcia dla kinematografii. Komisje oceniające projekty preferowały zazwyczaj kino artystyczne, co doprowadziło do dalszego osłabienia gatunkowego kina popularnego w poszczególnych krajach (np. lokalnych komedii czy thrillerów policyjnych), a w następstwie – do pogłębiania się kryzysu frekwencyjnego i zamykania się w „kulturowym getcie”.

Zjawiska te budziły niepokój przedstawicieli europejskich przemysłów filmowych oraz urzędników odpowiedzialnych za kulturę, a słabości systemu zostały dobrze rozpoznane w szeregu ekspertyz. Zarządzenie strukturalnym problemom nie było już tak łatwe, a zahamowanie tych trendów i pewną poprawę sytuacji przyniosły dopiero pierwsze lata XXI wieku.

³⁹ *Distribution on the European Union Market...*, op. cit., s. 6.

Z pozoru mogłoby się wydawać, iż przemysły europejskie okazały się tak niezdolne do wymyślenia siebie na nowo, iż nie podjęły tego wysiłku. Jest to obraz nieprawdziwy, wynikający z tego, iż owo wymyślenie siebie realizowano w sposób odmienny od dominującego modelu amerykańskiego, więc nie było ono tak łatwo zauważalne. Ponadto podobnie jak w przypadku przemian w systemie amerykańskim, trudno mówić tutaj o jakimś jednym mistrzowskim planie, ale raczej o wyłaniającym się naturalnie z cząstkowych działań, spontanicznym ładzie.

Jak szacuje Dina Iordanova, w latach 1980–2010 liczba festiwali filmowych organizowanych na świecie zwiększyła się mniej więcej dziesięciokrotnie⁴⁰, a centrum festiwalowego krwiobiegu stała się Europa. Zarazem, według Marijke de Valck, po 1980 roku festiwale wkroczyły w trzecią już fazę swego instytucjonalnego rozwoju⁴¹. Stały się imprezami branżowymi, istniejącymi w ścisłym związku z rynkiem filmowym i obudowanymi całą gamą środowiskowych wydarzeń: marketów, na których szuka się inwestorów, koproducentów lub dystrybutorów, pitchingów służących prezentacji nowych projektów, laboratoriów scenariuszowych, na których dyskutuje się i czyteluje powstające skrypty, warsztatów służących zarówno zdobywaniu wiedzy, jak i budowie sieci kontaktów, bankietów, czyli kolejnych okazji do akumulacji relacyjnego kapitału społecznego. Ponadto festiwale stały się kluczową instytucją dla filmowej „odwróconej ekonomii” lub, według innego sformułowania, „niewielkiego przemysłu kina artystycznego”, dzięki któremu nieobecny lub niewielki zysk ekonomiczny zostaje zastąpiony przez kapitał prestiżu i uznania, uzasadniający subsydiowanie europejskich przemysłów filmowych. Festiwale dostarczają wygodnego schronienia przed niedogodnościami i trudną rzeczywistością rynku.

W opisywanym okresie przyspieszył proces oddalania się dwóch obiegów kinematograficznych: głównonurtowego, multipleksowego, zdominowanego

⁴⁰ Dina Iordanova, *Introduction*, w: *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*, red. Dina Iordanova, Ragan Rhyne, St Andrews Film Studies, St Andrews 2009, ss. 1–2.

⁴¹ Marijke de Valck, *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2007, ss. 19–20. De Valck pierwszy okres sytuuje w latach 1932–1968, względnie na początku lat 70. Charakteryzuje go traktowanie festiwalu jako „okna wystawowego” dorobku kinematografii narodowych z ostatniego sezonu, a kwalifikacji filmów na festiwal dokonują odpowiednie komisje w krajach pochodzenia. Drugi okres przypada na lata 70. i cechuje się dominacją silnych indywidualności dyrektorów festiwali, którzy odtąd wybierają filmy kierując się własnym gustem, a imprezy te stają się przede wszystkim okazją do celebracji autorów i poszukiwania nowych fal. Trzeci okres rozpoczyna się na początku lat 80., kiedy to – zachowując retorykę typową dla okresu wcześniejszego – festiwale stają się znacznie silniej powiązane z rynkiem i branżą.

przez Hollywood (z ograniczonym udziałem lokalnych produkcji gatunkowych w kraju pochodzenia) oraz festiwalowo-arthouse'owego, z wąską widownią, „odwróconą ekonomią”, branżowym prestiżem jako główną stawką w grze i niewielką obecnością europejskich kinematografii narodowych poza krajem pochodzenia. Odmienność tej sytuacji od rzeczywistości połowy XX wieku łatwo sobie uzmysłowić, porównując ówczesną obecność i wyniki osiągnięte w szerokim rozpowszechnianiu przez filmy Federico Felliniego, Ingmara Bergmana czy Jean-Luca Godarda ze skromnymi wynikami przedstawicieli dzisiejszej rumuńskiej czy greckiej nowej fali.

Przedstawione zjawiska skłaniają do spojrzenia na rynek filmowy jako na system-świat, w którym procesy zachodzące w centrum (Hollywood wielkiej szóstki) wywierają niebezpośredni wpływ na podmioty peryferyjne (sektor niezależny, kino europejskie). Podmioty te muszą bowiem na nie reagować, by znaleźć swoje miejsce w układzie, o którego konfiguracji decydują nie one, lecz centrum i jego interesy. Zależna od publicznego wsparcia oraz obiegu festiwalowego organizacja współczesnych przemysłów europejskich rozwinęła się w dużej mierze w odpowiedzi na opisane w tym rozdziale zjawiska z dwóch ostatnich dekad XX wieku. „Kino, jakie znamy...”, czyli kultura filmowa, w której współcześnie funkcjonujemy, także ma swoją genezę w tym okresie. Wzmocnienie pozycji Hollywood na rynkach światowych następowało zawsze po wygranej przez USA wojnie: pierwszej i drugiej. Nie inaczej było z rozstrzygniętą na przełomie lat 80. i 90. zimną wojną. Wielka szóstka i władające nimi korporacje rozszerzyły wówczas swoje imperium oparte na globalnym handlu. Imperium, nad którym – niczym niegdyś nad brytyjskim – słońce nigdy nie zachodzi, choć handluje się już innym towarem niż w XIX wieku: filmem.

PROPOZYCJE LEKTUR

Bogaty obraz przemian w kinie amerykańskim lat 80. zawiera książka Stephena Prince'a *A New Pot of Gold: Hollywood Under The Electronic Rainbow, 1980–1989* (Berkeley 2000). Precyzyjny opis funkcjonowania głównych podmiotów globalnego Hollywood znaleźć można w opracowaniu Janet Wasko *How Hollywood Works* (London 2003). Podstawową publikacją pozostaje wciąż ujmująca opisywane zagadnienie w nieco krytycznej perspektywie książka Toby'ego Millera, Nitina Govila, Johna McMurrii, Richarda Maxwella i Ting Wanga, *Global Hollywood 2* (London 2005). Liderowi tej grupy autorów zawdzięczamy również redakcje tomu grupującego klasyczne teksty poświęcone Hollywood widzianemu z perspektywy ekonomicznej i instytucjonalnej – *The Contemporary Hollywood Reader* (London 2009).

Syntetycznego opisu powstawania korporacyjnego Hollywood dostarcza Tom Schatz w tekście *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, w: *The Contemporary Hollywood Film Industry*, red. P. McDonald, J. Wasko (Malden 2008), a błyskotliwy i pełen eseistycznego rozmachu obraz rezultatów przemian znaleźć można w artykule Thomasa Elsaessera *The Blockbuster. Everything Connects, but Not Everything Goes*, w: *The End of Cinema As We Know It: American Film in the Nineties*, red. J. Lewis (New York 2001). Peter Biskind w *Down and Dirty Pictures. Miramax, Sundance and the Rise of Independent Films* (New York 2004) zawarł barwną i w dużej mierze reporterską relację o burzliwych dekadach lat 80. i 90. w amerykańskim kinie niezależnym.

W języku polskim zagadnienia poruszane w tym rozdziale podejmowałem też w mojej książce *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku* (Gdańsk 2010) oraz w krótszym tekście *System marketingowy Hollywood w latach 1977–2011*, w: *Kino Nowej Przygody*, red. Jerzy Szyłak (Gdańsk 2011).