

Archipelag Europa

Kontynentalny rynek filmowy i europejska tożsamość

MARCIN ADAMCZAK

Hollywood vs. Europa

Thomas Elsaesser w artykule *Putting on a Show: The European Art Movie* zauważa: *W badaniach akademickich nad filmem kwestia „Hollywood vs. Europa” nierzadko sprawia wrażenie założycielskiego mitu tej dyscypliny (...) ¹ i dodaje, iż jest to problem tak szeroki, że zazwyczaj podejmuje się studia nad nim, koncentrując uwagę na wybranych, odrębnych aspektach tej opozycji: ekonomicznym, kulturowym lub też związanym z samym językiem filmu.*

Hollywood jako zagrożenie zaczęto postrzegać w Europie krótko po zakończeniu I wojny światowej. Jednym z efektów trwających w latach 1914-1918 zmagani wojennych na Starym Kontynencie była ruina wielu europejskich wytwórni filmowych. Najpotężniejsze wytwórnie hollywoodzkie („wielka piątka” i „mała trójka”), które wcześniej zdołały opanować wewnętrzny rynek amerykański, wykorzystały sprzyjającą okazję, by zdominować światowy rynek filmowy, szczególnie obszary Ameryki Południowej, Australii i Azji Południowo-Wschodniej. Tym samym skutecznie odcięły przemysł filmowy krajów europejskich od zagranicznych źródeł dochodów. Najdotkliwiej odczuły to najsilniejsze państwa europejskie: Francja, Włochy i Niemcy, które w okresie przedwojennym były równorzędnymi lub nawet dominującymi konkurentami Hollywood. W wyniku wojny sytuacja zmieniła się i przekształciła się w trwały, długoterminowy trend. Kilkanaście lat po zakończeniu wojny francuski krytyk i animator ruchu kin studyjnych Léon Moussinac wspominał z żalem: *W 1914 roku filmy francuskie stanowiły 90% filmów wyprodukowanych na świecie, w 1928 roku 85% z nich to filmy amerykańskie ².*

Już w 1922 roku produkcje powstające w ośmiu największych wytwórniach hollywoodzkich stanowiły 85% filmów wyświetlanych w Europie, 90% w Australii i 95% w Ameryce Południowej (choć warto zauważyć, iż Hollywood opanowało zaledwie 8% rynku dalekowschodniego). Pięć lat później, w szczytowym okresie rozwoju kina niemego, stanowiły 80% filmów obecnych na ekranach Anglii i około 66% filmów wyświetlanych we Francji. Przełom dźwiękowy obniżył co prawda amerykański udział w rynkach krajów nieanglojęzycznych o około 10%, jednocześnie jednak przyczynił się do rozdrobnienia audytoriów innych kin narodowych i światowa dominacja hollywoodzkiej „ósemki” pozostała niezagrożona ³.

Sytuacja ta budziła w Europie zaniepokojenie, również wiążące się z doświadczeniem pierwszej wojny światowej. W czasie wojennych zmagani rządy europejskie zdały sobie bowiem sprawę z ogromnej siły oddziaływania „ruchomych

obrazów”. Owe obrazy, jak twierdzi Albert Moran, kształtowały *mentalne krajobrazy, światopoglądy, sposoby myślenia o otaczającej rzeczywistości* ⁴. Zaniepokojenie to znalazło odzwierciedlenie w okołowilmowym dyskursie, na co opisując ówczesną sytuację, wskazuje Victoria da Grazia: *W Europie po pierwszej wojnie światowej rządy, przywódcy polityczni, intelektualiści i w mniejszej mierze publiczność uczęszczająca na filmy zdali sobie sprawę z ogromnego potencjału ekonomicznego i politycznego nowego przemysłu i z wyzwania, jakie stanowiła konkurencja ze strony produkcji hollywoodzkich. Jednakże konkurencja ta dotyczyła każdego z europejskich krajów w innym stopniu, a krajowe przemysły filmowe nie były postrzegane jako „narodowe” oraz nie były zjednoczone w swych biznesowych strategiach. W tej sytuacji to intelektualiści zdefiniowali zmianę układu sił na rynku i szeroki napływ filmów hollywoodzkich jako otwarcie śmiertelnego konfliktu pomiędzy dwiema rywalizującymi cywilizacjami* ⁵.

Z dyskursem tym współbrzmia konkretne przedsięwzięcia i regulacje rządów europejskich, szczególnie francuskiego, włoskiego i niemieckiego, wspierających własne kinematografie drogą regulacji prawnych, najczęściej za pośrednictwem systemu „kwot” określających minimalny wymagany udział procentowy produkcji krajowej na ekranach kin i ograniczających tym samym napływ produkcji amerykańskiej. Już wówczas rozwiązania te oraz towarzyszące im dyskursy o kinie dzielił świat filmowy Starego Kontynentu. Da Grazia opisuje pierwszy europejski kongres, którego przedmiotem była sztuka „ruchomych obrazów”: *Pierwszy Międzynarodowy Kongres Filmowy odbył się w Paryżu w dniach 27 września – 2 października 1926 (...) Nie uczestniczył w nim żaden przedstawiciel Stanów Zjednoczonych (dyrektor UFA żartował, iż żaden biznesmen nie zdecydowałby się na podjęcie wysiłku czterotygodniowej podróży morskiej bez powodu). Najważniejsze europejskie czasopisma przemysłu filmowego potraktowały kongres z lekceważeniem, podkreślając, iż jest on tylko spotkaniem intelektualistów oraz że z uwagi na amerykańską dominację w przemyśle filmowym spotkanie i tak nie przyniesie żadnych rezultatów bez udziału przedstawicieli USA* ⁶.

Ciekawy jest dystans czy wręcz opozycja ze strony czasopism branżowych, jak się można domyślić, związanych z sektorem dystrybucji i wyświetlania. Układ sił w świecie filmowym krajów europejskich z reguły przybierał bowiem powtarzalną, lecz nieco bardziej skomplikowaną strukturę niż prosty podział „Europa vs. USA”. Otóż państwa europejskie, szczególnie na początkowym etapie swego zainteresowania kinem, szczególną wagę przykładają do sfery produkcji i to w niej ustanawiano najczęściej państwowe monopole, regulacje administracyjne i państwową ochronę. Natomiast sfery dystrybucji i wyświetlania zazwyczaj pozostawiano poza zasięgiem regulacji państwowych, poddając je działaniu sił wolnorynkowych. W efekcie firmy dystrybucyjne często znajdowały się w posiadaniu firm amerykańskich, a z kolei europejscy właściciele kin, znając preferencje publiczności, wiedzieli, iż największe dochody osiągają z wyświetlania filmów hollywoodzkich. Nader niechętnie patrzyli więc na rządowe regulacje ograniczające dostęp tych filmów do ekranów oraz odgórne nakazy dotyczące wyświetlania krajowej produkcji jako na decyzje przynoszące im wymierne straty finansowe. Jak się wyraził jeden z właścicieli kin: *Panowie, jeśli macie ochotę wbijać Amerykanom nóż w plecy, to nie róbcie tego w naszych kinach*. Wyłoniła się więc

wówczas dwoista, publiczno-prywatna struktura niehollywoodzkich przedsiębiorstw filmowych, którą cytowany już Albert Moran postrzega jako „uniwersalną”, obecną na obszarze całego globu – od Irlandii do Indii i od Brytanii do Brazylii – konstytuującą rdzeń różnych kinematografii narodowych⁷.

Już na wczesnym etapie dziejów kina po jednej stronie owych dyskursywnych zmagani znajdowały się więc studia hollywoodzkie w koalicji z często posiadanymi przez nie europejskimi firmami dystrybucyjnymi oraz europejskimi kiniarzami, po drugiej zaś przedstawiciele europejskich przedsiębiorstw filmowych, rządy państw kontynentalnych oraz intelektualiści i ludzie sztuki. W tej drugiej „dyskursywnej koalicji” idealistyczne wizje intelektualistów i artystów mieszały się z pragmatycznymi, wynikającymi z pobudek ekonomicznych i politycznych, zamiarami ich koalicyjnych partnerów.

W 1928 roku Jean Tedesco, organizator awangardowych pokazów filmowych w teatrze Le Vieux Colombier, pisząc o konieczności rozwoju sieci kin studyjnych poza Francją, twierdził: *Dośćcenne rujnowanie naszej sztuki musi zostać powstrzymane. Francuskie prawo nie może dłużej pozwalać na izolowanie francuskiej myśli od myśli międzynarodowej i deklarujemy, że od dzisiaj kino jest formą międzynarodowego ruchu intelektualnego. Naszym obowiązkiem jest podać pomocną dłoń wszystkim, zarówno w Europie, jak i w Ameryce, którzy walczą o to, by wynieść sztukę ruchomych obrazów ponad to, co produkują biznesmeni*⁸.

W tej krótkiej wypowiedzi widać wyraźnie, jak harmonijnie przeplatają się wątki estetyczne związane z wyniesieniem sztuki ruchomych obrazów z ideami rozprzestrzeniania własnej kultury narodowej, w tym przypadku filmowej, oraz jej roszczeniami do uniwersalności. Dyskurs estetyczny związany z przekonaniem o konieczności pielęgnowania i rozwoju kina jako sztuki znajduje instytucjonalne i ekonomiczne oparcie w agendach państwowych, a sam z kolei pełni funkcje uzasadniające i legitymizujące dla ochronnej polityki państwa względem sektora produkcji filmowej. Symbioza ta znajduje wyraz w konkretnych przedsięwzięciach, instytucjach i rozwiązaniach prawnych. W 1932 roku we Włoszech Mussoliniego zorganizowano festiwal filmowy w Wenecji, pierwsze tego typu wydarzenie na świecie, mające być „świętem kina artystycznego”. Międzynarodowe festiwale staną się wkrótce jednym z głównych elementów instytucjonalnej architektury kina europejskiego („kina artystycznego”). Zarazem w 1933 roku powstaje Brytyjski Instytut Filmowy, a w 1936 roku Filmoteka Francuska. We Francji dynamicznie rozwija się sieć prowadzonych przez pasjonatów nowej sztuki niewielkich kin – klubów filmowych. Pierwszy klub założył już w 1921 roku w Paryżu Louis Delluc, wkrótce podobny powstaje w Nicei za sprawą Jeana Vigo. Zgodnie z ideą cytowanego wyżej Tedesco stopniowo idea rozszerza się i na inne kraje. W latach 20. klub filmowy w Madrycie zakłada Luis Buñuel. Co ciekawe, były to wówczas najczęściej indywidualne inicjatywy realizowane za prywatne pieniądze. Państwa europejskie niechętnie wspierały działanie klubów z powodów politycznych. Najważniejszą artystycznie kinematografią była bowiem wówczas kinematografia radziecka, a pokazy jej dokonań władze państw Europy Zachodniej postrzegały jako rozpowszechnianie komunistycznej propagandy. Dlatego kluby te praktycznie zanikają w latach 30., wraz z zaostrzaniem się napięć politycznych na kontynencie europejskim. Ponownie wyłaniają się i zyskują wielkie znaczenie już w latach powojennych, tym razem z pełnym wsparciem państwa.

Lata 80. i 90.

Jak wspomniałem wcześniej, europejskie rządy oraz europejski świat filmu postrzegały Hollywood jako zagrożenie co najmniej od czasów zakończenia I wojny światowej. Jednakże sukcesywny wzrost dominacji produkcji „fabryki snów” na europejskich ekranach trwający przez całą dekadę lat 80. sprawił, iż w latach 90. kwestia frekwencyjnej i ekonomicznej słabości kina europejskiego w konfrontacji z hollywoodzkim hegemonem stała się paląca i znalazła wyraz w wielu opracowaniach książkowych oraz ekspertyzach analityków⁹. W latach 60. kino amerykańskie miało 35-procentowy udział w rynku europejskim, u schyłku lat 70. był to już udział 55-procentowy, a od początku lat 90. ponad 70-procentowy. Na wzrost dominacji Hollywood złożyło się wiele czynników, z których najważniejsze wydają się: umiejętne wykorzystanie przez „fabrykę snów” wyłaniającej się sfery „nowych mediów” do pomnożenia zysków¹⁰, multipleksyzacja przeobrażająca kształt „kultury filmowej” i praktyki odbiorcze w jej ramach, lawinowy wzrost wysokości budżetów filmowych, postępujące utowarowienie filmu oraz rosnąca rola dystrybucji, marketingu i reklamy.

Zarysowany wyżej spłot czynników prowadzi do sytuacji, w której z jednej strony Hollywood, bez finansowego wsparcia ze strony państwa, z samej dystrybucji kinowej osiąga zysk w wysokości 26 mld dolarów rocznie (z czego ponad 16 mld z rynków zagranicznych), dominując na światowych ekranach, natomiast rządy i instytucje europejskie co roku dopłacają do swoich przemysłów filmowych łącznie kwotę 1,8 mld euro, po to, by w ogóle utrzymać ich funkcjonowanie i obecność na ekranach kin¹¹.

Za wspieraniem narodowych kinematografii przez władze państw europejskich stoją wielorakie motywy. Składa się na nie zarówno chęć wzmocnienia prestiżu państwa przez atrakcyjność jego kultury (w tym przypadku sztuki filmowej), jak i przekonanie o ochronie wielkiej liczby miejsc pracy w przemyśle audiowizualnym, naciski poszczególnych narodowych *lobbies* związanych z tym przemysłem, a także chęć kreowania za pomocą wciąż bardzo popularnej sztuki filmowej użytecznych politycznie „narodotwórczych” kolektywnych narracji tożsamościowych oraz propagowania własnych wizji zarówno aktualnych wydarzeń politycznych, jak i zdarzeń historycznych. W tym ostatnim przypadku pojawia się i element motywacji negatywnej: *To my musimy opowiedzieć sobie na ekranie naszą historię, by nie opowiadali nam jej inni (obcy)*. Jak bowiem zauważa Andrew Higson: *O zaangażowaniu państwa w branżę filmową można mówić co najmniej od połowy drugiej dekady XX wieku, kiedy to rządy zaczęły rozumieć potencjał ideologiczny kina, a ono samo mogło być postrzegane jako przejaw kultury narodowej, jako instytucja budująca świadomość narodową. Należy jednak zaznaczyć, że państwo interweniuje w przemysł filmowy tylko wówczas, gdy istnieje potencjalne zagrożenie ze strony obcej kinematografii, a zwłaszcza wtedy, gdy produkty (a więc także ideologia i wartości) tej kinematografii znajdują się w szerokim obiegu i gdy odczuwa się, że ma to szkodliwy wpływ na gospodarkę kraju*¹².

Powody polityczne są więc związane z „polityką tożsamości” (zarówno na poziomie narodowym, jak i europejskim) i z „polityką historyczną”, z przekonaniem o wciąż wielkiej roli filmu jako „narratora” kształtującego postrzeganie

zarówno najnowszych wydarzeń w polityce międzynarodowej, jak i wydarzeń historycznych, których percepcje wciąż wszak grają rolę i mogą być używane w aktualnych rozgrywkach na arenie międzynarodowej. Kontrola nad narracjami dotyczącymi przeszłości stanowi poręczne narzędzie oddziaływania w bieżącej polityce, umożliwiając wywieranie wpływu na aktualną tożsamość i postawy. Z tego punktu widzenia rzeczywistość jest konstruowana za pośrednictwem medialnych i filmowych, czy też szerzej, zakorzenionych w kulturze popularnej narracji, dlatego tak istotne jest, kto będzie opowiadał historię i relacjonował wydarzenia, a kto milczał, historii tych i relacji jedynie słuchając, często jako odbiorca w nich portretowany. Istnienie „kina narodowego” ma więc zapewniać ochronę przed „kolonialnym podporządkowaniem” obrazom płynącym z zewnątrz i przed statusem zdominowanego „przedmiotu reprezentacji”, portretowanego (a więc i „konstruowanego”) zgodnie ze spojrzeniem innych.

Dlatego rządy i instytucje europejskie dotują produkcję filmową, postrzegając hegemonię „fabryki snów” jako zagrożenie kulturowe, ekonomiczne, tożsamościowe. Elsaesser twierdzi, iż europejski establishment filmowy oraz państwowy tradycyjnie cechuje „wrogość” (*hostility*) wobec Hollywood ¹³. Dodajmy jednak, iż natężenie tej „wrogości” jest bardzo różne, zależnie od kraju, klimatu politycznego i układu sił na rynku, tradycyjnie najsilniejsze we Francji, najsłabsze natomiast po drugiej stronie kanału La Manche. Hollywood funkcjonuje w ten sposób jako „Inny” kina europejskiego, w opozycji do którego (lub obecnie raczej: w cieniu którego) buduje ono swoją tożsamość ¹⁴. Przyjrzyjmy się więc możliwym strategiom kina europejskiego, jakie może przybrać wobec dominacji Hollywood. Przynajmniej dwie z nich mogą prowadzić w tożsamościową pułapkę: upodobnienia w jednym i roztopienia w drugim przypadku.

Strategiczny wybór kina europejskiego wobec dominacji hollywoodzkiej

Europejski przemysł filmowy (lub też europejskie kinematografie narodowe) w odpowiedzi na wyzwanie ze strony Hollywood może obrać trzy główne strategie. Rekonstruuje je tutaj na bazie wspomnianych wyżej kilkunastu opracowań i analiz, które poza zdiagnozowaniem strukturalnych słabości kinematografii europejskiej starają się wskazać możliwe drogi wyjścia z impasu. Jak sądzę, przedstawione tam pomysły można połączyć w trzy główne grupy składające się na całościowe strategie. Różni autorzy zalecają różne postępowanie, a rekomendując jedno, krytykują posunięcia konkurencyjne. Krótko je scharakteryzuję, starając się jednocześnie spojrzeć na nie krytycznie, szacując szanse powodzenia każdego z nich.

Strategia Airbusa (strategia Asterixa)

Strategią Airbusa lub strategią Asterixa nazywam pomysł konsolidacji kinematografii poszczególnych krajów europejskich i utworzenia przemysłu paneuropejskiego, zdolnego rzucić wyzwanie Hollywood po osiągnięciu odpowiedniej „masy krytycznej”. Strategia opiera się na koncentracji środków, produkowaniu mniejszej liczby wysokobudżetowych filmów, o kosztach zbliżonych do produkcji hollywoodzkich, a następnie rozpowszechnianiu ich za pomocą paneuropejskiej sieci dystrybucji, przy wsparciu zmasowanej reklamy i marketingu.

Strategia ta wiąże się z nadziejami pokładanymi w potencjale europejskiego rynku filmowego traktowanego jako całość, rynku, na który składa się 495 mln potencjalnych konsumentów w 27 krajach członkowskich Unii Europejskiej (wobec nieco ponad 300 mln obywateli USA)¹⁵. Strategia Airbusa/Asterixa polega na próbie uruchomienia i wykorzystania tego potencjału oraz wykorzystania w ten sposób „efektu skali” związanego z rozmiarem rynku wewnętrznego, przy jednoczesnym odwołaniu się do możliwie szerokich audytoriów dzięki produkcji korzystającego ze schematów gatunkowych lekkiego, popularnego kina o walorach rozrywkowych.

Strategia ta z jednej strony przywodzi więc na myśl konsolidację europejskiego przemysłu lotniczego i utworzenie konsorcjum Airbusa skutecznie konkurującego w ostatnich latach z amerykańskim potentatem Boeingiem. Konsorcjum to (prym wiodą w nim firmy francuskie i niemieckie) jest przy tym ze względów ekonomicznych i prestiżowych dotowane przez rządy europejskie. Z drugiej strony nazywam tę strategię strategią Asterixa, bowiem ostatnie ekranizacje komiksowych przygód dwóch słynnych Galów stanowią jej modelową realizację.

3 lutego 1999 roku film *Asterix i Obelix kontra Cezar* (reż. C. Zidi) zgodnie z wymogami *blanket strategy* wszedł jednocześnie na ekrany 764 kin w Europie. Budżet tej produkcji wynosił 45 mln dolarów, przyciągnął do kin około 22 mln widzów i przyniósł 111 mln dolarów zysku z samej dystrybucji kinowej, z czego jedynie niecały milion dolarów przyniosła dystrybucja w USA. Ta geograficzna dysproporcja w strukturze zysków dostarczała dodatkowych argumentów tym, którzy twierdzili, iż przygotowując wysokobudżetowy film, można się zdać tylko na europejskie audytoria i niekonieczne są starania zmierzające do zaprojektowania go w taki sposób, by był atrakcyjny również dla amerykańskiej, największej na świecie widowni (pod względem liczby rocznie sprzedawanych biletów kinowych). Film był koprodukcją francusko-niemiecko-włoską (udział tych krajów stanowił odpowiednio 51, 33 i 16 procent budżetu filmu), jednocześnie zarówno jego produkcja, jak i dystrybucja były wspierane przez paneuropejskie fundusze EURIMAGES (produkcja) i MEDIA II (dystrybucja). Będąc ekranizacją niezwykle popularnego we Francji, a w mniejszym nieco stopniu i w innych krajach europejskich, komiksu, nawiązywał więc otwarcie do treści kultury popularnej, podobnie jak hollywoodzkie ekranizacje przygód Batmana, Supermana, Spidermana, Hulka czy X-Men. Obsadzono w nim kontynentalne gwiazdy – Gérarda Depardieu i Roberta Begniniego. Jednakże zarówno w pierwszym filmie serii, jak i w kolejnych nie angażowano gwiazd reżyserskich, zdając się na solidnych rzemieślników, których zresztą zmieniano przy każdej z ekranizacji, a główną postacią przy realizacji był czołowy europejski producent Claude Berri. *Asterix i Obelix kontra Cezar* miał przy tym wielki potencjał w dziedzinie licencjonowanej sprzedaży gadżetów i zabawek, czego zgodnie z hollywoodzkimi regułami producenci nie omieszkali wykorzystać. Od 1989 roku działał już zresztą pod Paryżem poświęcony popularnym Galom park tematyczny przeżywający obłęzenie na fali popularności filmu. Zgodnie z regułami sztuki szybko wykorzystano popularność filmu, tworząc kolejną część na zasadzie sequelu. *Asterix i Obelix: Misja Kleopatra* (2002, reż. A. Chabat) przy nieco większym budżecie i udziale Moniki Belucci przyciągnął do kin ponad milion widzów więcej. Na początku 2008 roku, w asyście billboardowej i telewizyjnej kampanii reklamowej, na ekrany wchodzi kolejny sequel: *Asterix na Olimpiadzie* (reż. T. Langman, F. Fore-

stier). Fabuła dostarczyła producentom okazji, by obok gwiazd francuskiego kina (G. Depardieu, A. Delon) zaangażować europejskie *celebrities* sportu. W filmie swe aktorskie umiejętności mogą więc sprawdzić Michael Schumacher, Zinedine Zidane, Amélie Mauresmo oraz niezwykle popularni we Francji kick-boxer Jerome La Banner i modelka Adriana Karembeu, żona znanego w latach 90. piłkarza i jedna z pierwszych przedstawicielek nowej kategorii *celebrities* nazywanych WAGs (Wives and Girlfriends) – żon i partnerek znanych piłkarzy.

Kolejnym ekranizacjom przygód Asterixa i Obelixa towarzyszyła atmosfera rywalizacji z USA, a realizatorzy zadbali, by rysy współczesnego hegemonu były dostrzegalne w legionistach rzymskiego imperium. Jeszcze przed kryzysem w relacjach transatlantycznych na tle wojny w Iraku „Nouvel Observateur” witał film z aplauzem, określając go jako *wspaniały i rzucający wyzwanie anglosaskim hordom „Władców Pierścieni” i „Harrych Potterów”, szturmem zdobywających nasze multipleksy i zrzucających z tronu naszą „Amelię”*¹⁶. W podobny sposób film postrzegał jeden z krytyków australijskich, pisząc, iż „*Asterix*” jest znacznie bardziej antyamerykański niż francuski... kiedy amerykańskie imperium zacieśnia swój uścisk, „*Asterix*” jest naszą ostatnią nadzieją. Tylko on może zjednoczyć europejski opór przeciwko rzymskim legionistom przyodzianym w „casual leisurewear”. „*Parc Asterix*” oferuje niezadowolonym Europejczykom możliwość bojkotu imperium Disneya, a jednocześnie uszczęśliwienia swoich dzieci (...) ludzie w całej Europie mogą odczuwać wątpliwości co do europejskiego państwa federalnego. Ale nazwijcie je „galijską wioską”, a ludzie rzucą się, by przekroczyć jej drewniane ogrodzenie...”¹⁷

Wejściu na ekrany filmu przygodowego opartego na komiksowych przygodach Galów towarzyszy więc retoryka narodowej konkurencji podkreślająca rywalizację w wymiarze ekonomiczno-przemysłowym oraz politycznym, wskutek czego strategia Asterixa wydaje się tak bliska strategii Airbusa.

Wydaje się jednak, że jeśli do Hollywood w ogóle dotarły opinie francuskiej prasy czy australijskich krytyków, to mogły być potraktowane najwyżej z wesołością. McDonlad wobec sukcesu filmu *Asterix i Obelix kontra Cezar* we Francji wykorzystał postać Asterixa w swej kampanii reklamowej, a do menu sieci restauracji trafiła nowa potrawa – „starożytny hamburger galijski”. Dostrzegająca Amerykanów w postaciach rzymskich legionistów publiczność delektowała się często wyrażaną refleksją Obelixa: *Ale głupi ci Rzymianie!* Tymczasem wydaje się, że wobec europejskiego aplauzu wokół tych ekranizacji to raczej owi współcześni „Rzymianie” mogli odpowiedzieć „Galom” podobnym okrzykiem. Zarówno *Asterix i Obelix kontra Cezar*, jak i *Asterix i Obelix: Misja Kleopatra* zaznaczyły się śladową obecnością na rynku amerykańskim i rynkach pozaeuropejskich. W samej Europie natomiast w sezonach ich obecności na ekranach (1999 i 2002) amerykański udział w rynku wynoszący ponad 70% nawet nie drgnął. Innymi słowy ekranizacje te po prostu odebrały widzów innym filmom europejskim oraz filmom spoza obszaru euroatlantyckiego¹⁸, nie zaś w najmniejszej choćby mierze produkcjom amerykańskim. Ponadto owo *rzucenie wyzwania globalnemu Hollywood* w istocie było przyjęciem jego reguł, utwierdzeniem jego logiki oraz grą na wyznaczonym przez nie boisku. Opierało się na utowarowieniu i preparowaniu produktu przy użyciu hollywoodzkich receptur.

Domniemana alternatywa była w istocie lokalną imitacją hollywoodzkiej maszyny. Zastosowanie strategii Airbusa w przemyśle filmowym prowokuje bo-

wiem do pytania: czym w istocie różni się Airbus od Boeinga? I idącej za nim odpowiedzi, iż poza kontynentem pochodzenia jedynie tym, że Airbus jest nieco bardziej toporny. Podobnie ekranizacje przygód Asterixa w konfrontacji z trylogią *Władca Pierścieni* czy *Piraci z Karaibów* sprawiają wrażenie po prostu bardziej nieporadnych, niezręcznie wykonanych, a przede wszystkim irytująco infantylnych.

Ponadto Airbus przedstawia się jako konsorcjum paneuropejskie, będąc w istocie konsorcjum francusko-niemieckim¹⁹. Podobna kwestia wyłania się przy próbie budowy paneuropejskiego przemysłu filmowego. Ekranizacje przygód Galów to w wymiarze ekonomicznym przedsięwzięcie francusko-niemiecko-włoskie, powstałe przy wsparciu funduszy europejskich, w wymiarze kulturowym najmocniej zakorzenione w tradycji francuskiej kultury popularnej. Galowie ci są oczywiście rozpoznawalni i w innych krajach europejskich, ale z pewnością nie w większym stopniu niż Batman, Spiderman czy Superman i z pewnością nie są szerokim audytorium bliżsi niż wspomniana trójka. Dlatego np. widz poza Francją nie będzie odczuwał większego przywiązania i sentymentu do świata „galijskiej wioski” niż do „człowieka-nietoperza” czy „człowieka-pajaka”. Zresztą wydaje się, że widz polski również nie odczuwałby szczególnego przywiązania i sentymentu, gdyby zaprezentowano mu podobnej klasy wysokobudżetowe „superprodukcje” traktujące o przygodach Kajka i Kokosza, którzy też nie byłiby mu bliżsi niż Batman i Spiderman.

Nawet jeśli przyjąć nader optymistyczne założenie, że utworzenie takiego przemysłu i podjęcie rywalizacji jest w ogóle możliwe, pozostaje kluczowe pytanie o celowość takiego przedsięwzięcia. Europejskie koncerny medialno-rozrywkowe, gdy tylko osiągają pewną wielkość, muszą upodabniać się do struktur hollywoodzkich i przyjmować ich logikę. Alternatywa jest więc w istocie imitacją i utwierdzeniem reguł rządzących „głównym nurtem”, a rywalizację podejmuje się głównie ze względów prestiżowych, politycznych i ekonomicznych.

Skoro alternatywą ma być Disneyland lub Parc Asterix to strategia ta i podjęcie wyścigu z Hollywood chyba wiodą w pułapkę.

Strategia „zajęcia niszy”

Jeśli, jak twierdzi cytowany przez Andrew Higsona Thomas Elsaesser, tak trudno jest zrównoważyć *ewidentnie sprzeczne cele kinematografii narodowej, z jednej strony dążącej do ekonomicznego sukcesu, a z drugiej – mającej do spełnienia misję kulturową*²⁰, a jak pokazuje to przypadek strategii Airbusa/Asterixa podjęcie rywalizacji z Hollywood oznacza w istocie przyjęcie jego reguł, to być może rywalizacja taka jest niewskazana i lepiej z niej zrezygnować?

Myślenie takie legło u podstaw strategii, którą nazywam tutaj strategią „zajęcia niszy”, a która w jednym z opracowań jest nazywana opcją „zaniechania działań” (*do nothing option*)²¹. Opiera się ona na zarzuceniu pomysłów rywalizacji z Hollywood w wymiarze ekonomicznym polegającej na konkurowaniu z nim o udział w rynku.

Strategię tę jako optymalną dla kina europejskiego postrzega John Hill, wskazując, iż *kluczowym produktem wytwórni z Hollywood są dziś pozbawione korzeni „filmy-wydarzenia”, które w coraz mniejszym stopniu odwołują się do specyfiki amerykańskich doświadczeń (...)* Tym bardziej więc ironicznie brzmią uwagi, iż

Europa powinna się skupić na pomysłach, dzięki którym mogłaby konkurować z Hollywood, czy też propozycje Dale'a, by Europa tworzyła własne „globalne fabuły”. Istnieje przecież tyle wolnych luk, które Hollywood pozostawia nietknięte, a które kino europejskie z powodzeniem mogłoby wypełnić²². Hill szkicuje dalej główny rys postulowanej kinematografii „prawdziwie narodowej”: „...złożoność społeczno-kulturowa stanowi znak rozpoznawczy autentycznie narodowej kinematografii. (...) Kinematografia, by zasługiwała na miano „narodowej”, musi odzwierciedlać rzeczywistą złożoność życia „narodu”, być wrażliwą na różnice (narodowe, regionalne, etniczne, płci i orientacji seksualnej) i w równym stopniu zauważać wszelkie przemiany, jak i domniemaną trwałość tożsamości społecznej i kulturowej. Musi też ujmować coraz bardziej hybrydowy i względny charakter tożsamości kulturowych zarówno w ramach „narodu”, jak i między narodami²³.”

Opcją dla kina europejskiego byłoby więc swoiste „kino anestetyczne” wobec „estetyki” Hollywood, kino obrazujące to, co niedostrzeżone, pominięte, przemilczane w filmach „fabryki snów”.

Brzmi to niezłe, lecz jeśli wyobrazimy sobie realizacje filmowe postulatów Hilla, to wydaje się, iż z konieczności będą one musiały przybierać postać realistycznych i zaangażowanych społecznie filmów osadzonych w paradygmacie modelu autorskiego, przemawiających do jeszcze bardziej rozdrobionych audytoriów. Tymczasem dwa najważniejsze problemy towarzyszące tej strategii sprowadzają się do pytań: czy kino może sobie pozwolić na niepopularność? A także: czy rozsądne i dalekowzroczne jest ograniczanie się do „niszy”?

Zastanawiając się nad pierwszym z pytań, które jest jednocześnie pytaniem o to, czy rynkowa dominacja kina hollywoodzkiego ma znaczenie szersze niż tylko ekonomiczne, warto przywołać fragmenty eseju Amosa Oza wspominającego swe dzieciństwo w Jerozolimie: *Pierwsze filmy, jakie w życiu oglądałem, to były filmy z Tarzanem. Nasza banda i ja nie opuściliśmy ani jednego takiego filmu granego w Jerozolimie. Obejrzeliśmy wszystkie. Mielśmy wtedy po siedem, osiem, dziewięć lat... Były też filmy z Flashem Gordonem i inne, wszystkie pokazujące prosty, uporządkowany świat. (...) Kiedy o tym myślę, przywołuję Jerozolimę lat 40. Dorastaliśmy w dramatycznym świecie – akcje podziemia, bomby, aresztowania, godzina policyjna, rewizje, wojsko brytyjskie, arabskie szajki, nadciągająca wojna, niepokój... Jeżeli mimo wszystko byliśmy spokojni, a nawet pełni optymizmu, na pewno zawdzięczaliśmy to w dużej mierze Tarzanom, Flashom Gordonom i westernom, które oglądaliśmy bez końca. (...) I tak zaczęliśmy patrzeć na świat wybiórczo. Jerozolima, Palestyna, nasza ulica i nasze domy – wszystko to jawiło się nam jako niedoskonała replika świata filmów. Staliśmy się małymi platończykami – rzeczywistość była jedynie kiepską namiastką doskonałej formy istniejącej w świecie wyższym. (...) Rozumiało się samo przez się, że Tarzan jest Żydem, ponieważ zawsze uosabiał „garstkę”, a przeciwko sobie miał „zastępy” wrogów, ponieważ był sprytny, a oni w gorącej wodzie kapani i prymitywni. I ponieważ zawsze w końcu zwyciężał, podczas gdy jego wrogowie ponosili porażkę. (...) Cóż zostało? Jedno to odraza do kina „à la these”, intelektualnego czy „literackiego”. Do dziś łąszczę mnie filmy o „otwartym zakończeniu”, chociaż lubię takie w książkach. Kino, coś się we mnie upiera, powinno być światem określonym, światem akcji, nie słów. Pewności, nie wątpliwości, symetrii, nie zamętu²⁴.*

Otóż częścią siły i uroku kina była zawsze jego zdolność nie tyle przedstawiania, ile raczej „konstruowania świata” (nawet jeśli czyniło to za pomocą realistycznej estetyki), przenikania do rzeczywistości, przeplatania się z nią i „kolonizowania” jej²⁵. Kino kształtowało sposoby myślenia o świecie i postrzegania go, dostarczało konstruujących go wizji i metafor składających się na swoisty społeczny „mentalny krajobraz”. Zdaje się, że kino nadal ma tę moc, lecz drzemie ona już tylko w kinie hollywoodzkim. Drastyczny spadek popularności kina europejskiego skutkuje osłabieniem jego znaczenia społecznego i zanikiem konstruującej siły kreowanych przez nie metafor i współczesnych mitologii. Metafor i kulturowych narracji dostarcza dziś kino hollywoodzkie. Fakt ten może umykać nieco nam, kulturoznawcom, filologom czy filmoznawcom, z racji zawodowych zainteresowań być może wciąż relatywnie bliższych niż inne grupy kinu europejskiemu, lecz przypomnijmy sobie, jak wielu metafor dostarczyła socjologom, politologom, ekonomistom, nawet neognostykom standardowa produkcja hollywoodzkiego studia – *Matrix* braci Wachowskich. Spójrzmy też na świat polityki. Kiedy Marek Belka otrzymywał misję sformowania rządu, kilkakrotnie stwierdził: *Prezydent powierzył mi „mission impossible”*. Innym razem, pośród parlamentarzystów PiS-u można było usłyszeć: *Wchodzę do Sejmu i widzę jak Czołg zbliża się do Władcy Pierścieni*, co ma oznaczać, że Przemysław Gosiewski podszedł do Jarosława Kaczyńskiego. I nikomu, mimo paneuropejskich wysiłków, nie przyszło na myśl powiedzieć np., że Obelix zbliża się do Asterixa.

Geoffrey Nowell-Smith, pisząc o kinie europejskim, stwierdził: *Kino europejskie zatraciło umiejętność produkowania filmowego śmiecia. Ale to właśnie „śmieciovne” filmy użyźniają kulturę filmową i są źródłem współczesnych mitologii, za pomocą których kino przemawia do pozostałych mu jeszcze audytoriów. W chwili obecnej jedyną europejską mitologią wydaje się „dziedzictwo”. Jeśli kino europejskie chce pozostać istotne jako przemysłowa i kulturowa całość, musi ponownie odkryć teraźniejszość, zapomnieć o wiejskich idyllach i uzyskać dostęp do wielkomiejskich koszmarów, ponownie połączyć się z mitologią codziennych lęków i pragnień. Jeśli nie potrafi tego zrobić lub jeśli jest już na to za późno, będzie musiało przyzwyczaić się do roli niedocenianego i lokalnego gracza w światowym biznesie filmowym*²⁶. Podobny niepokój wyraża Thomas Elsaesser: *Czy ma więc znaczenie, że powstaje tak mało popularnych europejskich filmów i że niemal żadne nie przekraczają narodowych granic? Myślę, że ma i powtórzę raz jeszcze: kino, które nie zaskarbiło sobie aprobaty i miłości szerokiej publiczności i nie potrafi dotrzeć do międzynarodowych audytoriów, może nie mieć przed sobą wielkiej przyszłości jako kino*²⁷.

Strategia „zajęcia niszy” raczej nie prowadzi do wspomnianego „odnalezienia teraźniejszości” i kreowania metafor oraz „mentalnych krajobrazów” szerszej publiczności, która w ramach tej strategii jest czynnikiem drugorzędym. Wiąże się z nią niebezpieczeństwo dalszej marginalizacji kina europejskiego i związanego z nim obiegu kinematograficznego. Innymi słowy wskazywana przez niektórych badaczy groźba zamknięcia w obrębie „kulturalnego getta” lub „fortecy Europa”. Te dwie metafory przestrzenne uzupełniłbym obrazem strategii „zajęcia niszy” jako swoistej próby wznoszenia wokół kina europejskiego „linii Maginota”. Efektywność tych umocnień jawi się jako wątpliwa w sytuacji ewentualnych ofensywnych zakusów podjętych wobec niej. Prowadzi to do drugiego ze wska-

zanych wyżej zagrożeń związanych ze strategią „zajęcia niszy” i pytania: czy jest rozsądne i dalekowzroczne zaniechanie działań oraz ograniczanie się do niszy?

Otóż wydaje się, iż wygoda i bezpieczeństwo związane ze schronieniem w obiegu *art-house* są w dużej mierze niepewne i iluzoryczne. Nisza ta obecnie jest tak marginalna, że w wymiarze ekonomicznym umożliwia jedynie vegetację i dlatego nie budzi większego zainteresowania hollywoodzkich potentatów. Jeśli by jednak z jakichś względów miała w przyszłości okazać się atrakcyjna, pozwalając na coś więcej niż na vegetację, natychmiast przyciągnie hollywoodzkie „rekiny”. Atrakcyjność ta może się sprowadzać do różnych czynników związanych z rosnącą popularnością tego rodzaju kina (co raczej trudno sobie wyobrazić), ale też z systemem subsydiów, układem sił na rynku pracy, regulacjami podatkowymi lub możliwym prostym pragnieniem podmiotów hollywoodzkich, by zwiększyć udział w rynku z 70% do np. 90% i całkowicie niemal wyeliminować konkurencję, wypychając ją z ostatniej dającej schronienie „niszy”.

W latach 60. przedstawiciel Columbia Pictures stwierdził: *Jeśli Włosi chcą włoskich filmów, to my ich dostarczymy*²⁸. Hollywoodzkich producentów przyciągały wówczas do Europy takie czynniki, jak dostęp do europejskich scenerii oraz talentów aktorskich, tańsza siła robocza i możliwość korzystania z europejskiego systemu subsydiów. Współpraca ta jednak nie stanowiła wówczas dla kina europejskiego wielkiego zagrożenia, inny był bowiem kształt kultury filmowej oraz rynkowa i artystyczna pozycja kinematografii europejskich. Kiedy kilka dekad później Jack Valenti wypowiada bardzo podobne słowa: *Kino europejskie? My za was zrobimy kino europejskie*²⁹, to wśród reżyserów europejskich wywołuje już popłoch.

Realny jest bowiem scenariusz dywersyfikacji produkcji przez „globalne Hollywood” w kierunku kina artystycznego i narodowego w celu rozszerzenia swej przewagi rynkowej na obszary na razie opanowane w mniejszym stopniu. Szczególnie prawdopodobne wydaje się takie posunięcie w odniesieniu do rynków azjatyckich, postrzeganych przez Hollywood jako bardzo przyszłościowe, a zarazem w nieco większym stopniu opierające się hollywoodzkiej dominacji z uwagi na większe niż w przypadku Europy różnice kulturowe³⁰. Dlatego Hollywood już teraz tworzy specjalne „oddziały zagraniczne” lub nawiązuje ścisłą współpracę z lokalnymi partnerami. *Posunięcie to ma swą przyczynę w obawach szefów studiów, iż filmy hollywoodzkie mogą osiągnąć górny pułap swej obecności na rynkach zagranicznych. Jako dowód wskazują rosnącą na świecie popularność lokalnie produkowanych filmów. Dla przykładu w 2001 roku w Korei Południowej, Hongkongu i Japonii pierwsze miejsca na liście najpopularniejszych filmów zajęły produkcje krajowe. Hollywood znalazło sposób, by osiągnąć korzyść z pragnienia lokalnych audytoriów, by oglądać krajowe filmy; zamiast próbować pokonać konkurencję, studia wiążą się z nią. W ostatnich kilku latach Columbia, Warner Brothers, Disney/Buena Vista, Miramax i Universal utworzyły specjalne oddziały zagraniczne lub zawiązały spółki z lokalnymi producentami w celu produkcji i dystrybucji filmów w językach innych niż angielski – między innymi niemieckim, hiszpańskim, francuskim, włoskim, portugalskim, koreańskim i chińskim. Podczas gdy niektóre z produkowanych w ten sposób filmów są tworzone z zamiarem przeznaczenia ich również na rynek międzynarodowy, inne są przygotowywane tylko na rynki lokalne – jeśli któryś z nich będzie mógł trafić na rynek*

amerykański, będzie to dodatkowym bonusem, jednak nie są one produkowane z myślą o widzach amerykańskich³¹. Układ sił sprawia jednak, iż to Hollywood jest w tych spółkach partnerem silniejszym, a koproducentom przypada typowa w takich sytuacjach rola „przystawek”. W ten sposób dominacja „fabryki snów” pozostaje niezagrożona, a takie produkcje pozostają zabezpieczeniem na wypadek niewielkiego choćby zagrożenia przewagi „prawdziwej” produkcji hollywoodzkiej na rynku europejskim bądź azjatyckim, przede wszystkim jednak jest sposobem na dalsze powiększenie tej przewagi i zwiększenie strumienia zysków z produkcji nominalnie niehollywoodzkiej. „Globalne Hollywood” rozwija więc umiejętność występowania „w przebraniu” kina narodowego oraz kina europejskiego bądź azjatyckiego.

Strategia „zajęcia niszy”, podobnie jak strategia Airbusa/Asterixa, prowadzi więc chyba w pułapkę.

Strategia „przyłączenia się do silniejszego”

Opcja ta opiera się na starej strategicznej mądrości, iż *jeśli nie jesteś dostatecznie silny, by pokonać swoich wrogów, to się do nich przyłącz*. W sytuacji rażącej dysproporcji pomiędzy zasobami i możliwościami Hollywood lepszym posunięciem niż podejmowanie skazanej na niepowodzenie rywalizacji będzie współpraca i przyłączenie się do przedsięwzięć „fabryki snów”. Hollywood posiada wyjątkowe zasoby kapitałowe, organizacyjne i ludzkie oraz wiedzę dotyczącą rynków filmowych, różnych segmentów kinowych audytoriów oraz upodobań szerokiej publiczności. Dlatego próba integracji i przyłączenia się do jego przedsięwzięć daje okazję pośredniego korzystania z materialnych i niematerialnych zasobów, uczenia się i czerpania z technicznej oraz marketingowo-rynkowej wiedzy. Hollywood bynajmniej nie jest niechętnie współpracy. W globalizującym się świecie produkcja filmów staje się jeszcze bardziej niż przedtem międzynarodowa, a przepływ ludzi, pieniędzy i tekstów kulturowych napotyka nieliczne bariery.

John Hill uznaje taką strategię za sensowną, pytając jednocześnie o zasadność apeli o „kontratak” kina europejskiego wymierzony w hollywoodzką dominację: *Apele te często ożywia po prostu oburzenie, iż Hollywood ma tak duży udział w zyskach z europejskich kin; czasem wynikają one z niemożności uznania faktu, iż jeśli chodzi o film, Europa nie jest światowym liderem. Jednak skoro jest to jedynie kwestia prestiżu ekonomicznego i pozycji na rynku międzynarodowym, to istnieje również możliwość nakreślona przez London Economics, by Europejczycy po prostu opowiedzieli się za silniejszymi związkami z Hollywood*³².

Nieprzypadkowo też to właśnie przemysł brytyjski z uwagi na językowe, kulturowe i historyczne związki oraz „specjalne stosunki” tradycyjnie łączące dawne i obecne imperium anglosaskie szczególnie chętnie podejmował kooperację i współpracę ze studiami „fabryki snów” w warunkach hegemonii Hollywood. Współpraca ta opierała się przede wszystkim na dwóch filarach. Po pierwsze, na wspólnym finansowaniu wysokobudżetowych jak na warunki europejskie koprodukcji z obszaru popularnego kina gatunków z brytyjsko-amerykańską obsadą, rozpowszechnianych następnie za pomocą hollywoodzkich kanałów dystrybucyjnych i sztuczek reklamowo-marketingowych. Po drugie na oferowaniu własnej bazy techniczno-produkcyjnej i przynoszących spore dochody usług tego rodzaju kontrahentom amerykańskim.

Dzięki pierwszemu z tych filarów filmy brytyjskie w drugiej połowie lat 90. i na początku dekady następnej podbijają europejskie ekrany i biją rekordy w kategoriach *box-office*. Dzięki drugiemu podupadające w latach 80. brytyjskie studia zapełniły się hollywoodzkimi filmowcami, a ich budżety pozostawianymi przez nich dolarami ³³. Brytyjska korespondentka „Kina” Elżbieta Królikowska-Avis w artykule reklamowanym na okładce pisma jako *Recepta z Londynu* donosi: *Wytwórnice filmowe – Sheperton, Twickwenham, Pinewood, Teddington – są wynajęte przez Amerykanów na wiele miesięcy. Brytyjski przemysł przytomnie korzysta z fenomenu zwanego „runaway production” – „ucieczki produkcyjnej” z Ameryki do Wielkiej Brytanii. Dobrze wyposażone studia, niższe koszty usług, luźniejsze przepisy związkowe, ulgi podatkowe to bardzo poważny argument* ³⁴. Znow brzmi to nieźle i wygląda na niebagatelny sukces. Przyjrzyjmy się jednak pewnym „skutkom ubocznym”, jakie towarzyszą zastosowaniu lekarstwa polecanego na *receptce z Londynu*.

Zacznijmy od imponujących sukcesów filmów brytyjskich w kinach europejskich. W zestawieniu 25 filmów o największej liczbie widzów w latach 1996-2006 na kontynencie europejskim 21 to filmy hollywoodzkie, cztery pozostałe – filmy brytyjskie będące koprodukcjami z Hollywood. W zestawieniu 25 filmów europejskich o największej liczbie widzów na kontynencie (w latach 1996-2006) 10 to filmy brytyjskie (z czego 9 powstało w koprodukcji z Hollywood), wobec 8 francuskich, 5 niemieckich oraz po jednym włoskim i hiszpańskim (żaden z filmów z tych czterech krajów nie powstał w koprodukcji z Hollywood) ³⁵. Tyle że na owe brytyjskie sukcesy w pierwszym zestawieniu składają się następujące tytuły: *Harry Potter i Kamień Filozoficzny* (2001), *Harry Potter i Komnata Tajemnic* (2002), *Harry Potter i Czara Ognia* (2005) oraz *Harry Potter i więzień Azkabanu* (2005). Natomiast w drugim zestawieniu figurują: *Dziennik Bridget Jones* (2001), *Notting Hill* (1999), *Jaś Fasola* (1997), *Bridget Jones: w pogoni za rozumem* (2004), *To właśnie miłość* (2001), *Był sobie chłopiec* (2002) oraz kolejny film z Jasiem Fasolą *Johnny English* (2003), a do zestawienia moglibyśmy dodać ostatnie ekranizacje przygód agenta 007. Listę tę uzupełniają wszakże popularne, a jednak znacząco odmienne od powyższych tytuły: *Goło i wesolo* (1997), *Billy Elliot* (2002) i *Trainspotting* (1996).

Co prawda Tim Edensor w swej książce podaje przykład *Notting Hill* (oraz *Porachunków*) jako filmów *bardzo angielskich* (...) wykorzystujących odpowiednio angielską rezerwę i czarującą ekscentryczność oraz tradycję gangsterską *East Endu* ³⁶, jednak rację wypadałoby przyznać raczej Michałowi Pabisowi piszącemu, iż trzy sztandarowe europejskie sukcesy lat 1996-2000 („*Goło i wesolo*”, 1997; „*Notting Hill*”, 1999; „*Świat to za mało*”, 1999) pod względem stylistycznym właściwie nie różnią się od kinowych hitów importowanych zza oceanu. Istotnie, w przypadku znacznej części europejskiej produkcji, aby zaistnieć na własnym i międzynarodowym rynku, eksploatuje się sprawdzone w Hollywood schematy narracyjne, stosuje podobne zabiegi formalne, zatrudnia amerykańskie gwiazdy oraz deklaruje przynależność do kina gatunków. (...) Konsekwencją tego paradoksu jest łatwo wyobrażalna sytuacja, w której nazwanie filmu „*Taxi 2*” „typowo europejskim” budzi znaczące zakłopotanie ³⁷.

Nie wdając się tutaj w problematyczne rozważania, ile „brytyjskości” jest w „brytyjskich” filmach, takich jak *Notting Hill*, *To właśnie miłość*, *Dziennik Bridget Jones*

czy *Jaś Fasola*, poprzestałmy jedynie na stwierdzeniu, iż z pewnością są one odległe o setki mil od kina „anestetycznego” względem „estetyki” Hollywood, jakie możemy wyobrazić sobie, operając się na postulatach Johna Hilla.

Drugim z filarów strategii „przyłączenia się do silniejszego” i zarazem drugim przykładem brytyjskiego sukcesu była rewitalizacja bazy organizacyjno-technicznej w wyniku koprodukcji z Hollywood. W tym wymiarze jednak „skutkiem ubocznym” stosowania lektury z *recepty z Londynu* jest postawienie się w roli podwykonawcy, dostarczyciela „surowców” w postaci tańszych usług i tańszej siły roboczej, również z uwagi na wymieniane przez brytyjską korespondentkę „Kina” *luźniejsze przepisy związkowe i ulgi podatkowe*. Decyzja taka pociąga za sobą określone umiejscowienie w „globalnym podziale pracy” i układzie sił między centrum a peryferiami, gdzie co prawda siła robocza płynie z peryferii ku centrum, przepływ tekstów kulturowych ma jednak wektor przeciwny. Pomijając sam aspekt skazywania się na pewną peryferyjność³⁸, jest to również posunięcie obciążone konkretnym ryzykiem, podobnym jak w przypadku strategii „zajęcia niszy”. Przepływy inwestowanego kapitału pozostają nader płynne, a struktury takie, jak „globalne Hollywood”, bardzo elastyczne. Na korzyść Wlk. Brytanii w tym przypadku działają co prawda owe „specjalne stosunki” i podobieństwo językowe oraz nieco większy stopień wykwalifikowania konieczny nawet w tych bardziej rzemieślniczych z zawodów filmowych (pośród tzw. *below-the-line-crew*) niż np. w fabrycznej produkcji dóbr przemysłowych. Tym niemniej łatwo można wyobrazić sobie sytuację, w której w innym regionie (np. w Europie Środkowo-Wschodniej lub Azji) ktoś oferuje jeszcze tańszą siłę roboczą i usługi, jeszcze słabsze związki zawodowe i jeszcze większe ulgi podatkowe.

Rzecz tutaj nie w tym, iżby koprodukcje miałyby być czymś złym, bardzo wiele krajów ostro rywalizuje obecnie o to, by hollywoodzkie plany filmowe konkretnych tytułów znalazły się na ich terytoriach. Zagrożenie polega jedynie na daleko idącym przeprofilowaniu własnego przemysłu filmowego w kierunku roli mniejszościowego koproducenta oraz podwykonawcy. Od lat 90. w koprodukcyjną współpracę z Hollywood chętnie angażowały się Kanada i Australia – dwa anglojęzyczne, całkiem silne ekonomicznie i kulturowo kraje. Kanada reklamuje się przy tym za pomocą sloganu „Hollywood Północy”. W żargonie hollywoodzkich producentów jednak bardzo szybko zaczęto nazywać Kanadę „Meksykiem Północy”, a Australijczyków „Meksykanami z telefonami komórkowymi”³⁹. Wątpliwe wydaje się, by przedstawiciele europejskich przemysłów filmowych czuli się szczególnie usatysfakcjonowani mianem np. „Meksykanów zza Wielkiej Wody”.

Dlatego wydaje się, że i trzecia z rekonstruowanych tu możliwych strategii europejskiego przemysłu filmowego wiedzie w pułapkę. Trudno zatem wskazać skuteczne rozwiązanie systemowe problemów kina europejskiego wobec wyzwań Hollywood. W tej sytuacji może warto z nieco innej perspektywy przyjrzeć się sztywnemu przeciwstawieniu „Hollywood vs. Europa”?

Europa: kontynent czy „archipelag”?

Kluczowe dla trudnej sytuacji europejskich kin narodowych lub też kina europejskiego traktowanego jako ich suma wydaje się rozdrobnienie europejskich

audytoriów filmowych. Jedynie 10% filmów europejskich jest rozpowszechnianych poza granicami kraju, z którego pochodzą. Jak podaje Toby Miller, w roku 1999 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 czteroprocentowy udział w rynku hiszpańskim, jednak na żadnym innym nie przekroczyły 1,2%. Wyjątkiem są filmy brytyjskie, których udział w rynkach wielu innych krajów Europy oscyluje wokół 4-6%, zawdzięcza to jednak w większości koprodukcjom z Hollywood powstającym w wyniku strategii „przyłączenia się do silniejszego”⁴⁰.

Szczególnie dramatyczna jest tutaj sytuacja kinematografii Europy Środkowo-Wschodniej, które pozostają praktycznie nieobecne na ekranach kin europejskich. W jednym z opracowań eksperci Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego stwierdzają: *Jest prawdopodobnie jednym z najsmutniejszych paradoksów ostatnich lat, że podczas gdy powrót demokracji do krajów Europy Środkowo-Wschodniej pod koniec dekady lat 80. przyniósł ogromne nadzieje na otwarcie i współpracę kulturalną, okazało się, że rynkowa rzeczywistość była więcej niż rozczarowująca*⁴¹.

Sformułowanie *więcej niż rozczarowująca* oznacza tutaj tyle, że kino z tego regionu praktycznie całkowicie zniknęło z ekranów europejskich kin, a tym samym ze świadomości europejskiej widowni. W ciągu siedmiu badanych lat z dziesięciu krajów regionu jedynie 49 filmów było dystrybuowanych w co najmniej jednym z krajów unijnej „piętnastki”. Stanowiły one tym samym 0,9% liczby filmów wyświetlanych w tym czasie na europejskich ekranach. Co więcej, owe filmy przyciągnęły do kin 2,4 miliona widzów, to jest 0,05% europejskiej widowni tego okresu. Liczbę tych filmów oraz ich widownię możemy więc wyrazić w promilach. To nie koniec złych wiadomości – tak naprawdę dane te są znacząco zawyżone przez sukces jednego tylko z tej grupy filmów, tj. *Koli* Jana Svěráka. Przyciągnął on do kin prawie dwie trzecie wspomnianej widowni, do tego w ogromnej mierze w jednym tylko z krajów „piętnastki” – w Niemczech. Sukces *Koli* determinuje statystyki, w których na kino czeskie przypada 70% widowni filmów regionu (węgierskie 10%, a polskie 8%), a filmy te są oglądane głównie w Niemczech (40% widowni, Francja i Włochy odpowiednio 19% i 16%)⁴². Oczywiście można argumentować, że kinematografie regionu przeżyły w minionych kilkunastu latach poważny kryzys i nie produkowały filmów szczególnie wartych rozpowszechniania. O ile poglądu tego można ewentualnie bronić w odniesieniu do kina polskiego czy węgierskiego, o tyle filmowcy czescy radzili sobie we wspomnianym okresie równie dobrze jak czescy piłkarze i hokeiści. Dość wspomnieć filmy Gedeona, Zelenki czy pozostałe filmy Svěráka. Tymczasem w okresie kilkunastu lat *Kola* pozostaje jedynym filmem regionu, który przyciągnął do kin europejskich widownię większą niż śladowa⁴³.

Na rys. 1 i 2 obrazujących skalę amerykańskiej dominacji na rynkach Unii Europejskiej w latach 1999-2005 wskaźnikiem równie istotnym jak liczba ilustrująca ponad 70-procentowy udział amerykański w rynku europejskim w każdym sezonie (z wyjątkiem jednego) jest wskaźnik ilustrujący udział w rynku kontynentalnym filmów europejskich poza krajem pochodzenia. W latach 1999-2003 waha się on od 6,3% do 11%⁴⁴ (liczba ta wykazywała przy tym tendencję zniżkową),

podczas gdy średni udział filmów europejskich we własnych rynkach krajowych waha się, w zależności od sezonu, od 17% do 23%. Wyrażna jest więc ograniczona skuteczność wieloletnich usiłowań, by dzięki europejskim programom MEDIA, MEDIA II i EURIMAGES w jakimś przynajmniej stopniu ujednolicić rynki europejskie i ich audytoria oraz stworzyć paneuropejską sieć dystrybucji. Od roku 2004 Europejskie Obserwatorium Audiowizualne przygotowujące coroczne znakomite raporty *Focus. World Film Market* zmieniło nieco sposób prezentacji danych. Nie różnicuje już udziału w rynku filmów europejskich w kraju pochodzenia oraz poza nim i sumuje je jako liczbę widzów danych kinematografii narodowych na rynku europejskim jako takim, a jednocześnie z amerykańskiego udziału w rynku wydziela koprodukcje z kinematografiami europejskimi, zarówno te z mniejszościowym, jak i większościowym udziałem amerykańskim. Dane statystyczne wyglądają nieco lepiej⁴⁵.

Nie zmieniają one jednak rzeczywistego obrazu sytuacji, w której europejska publiczność kinowa w przeważającej większości ogląda jedynie filmy amerykańskie oraz rodzime (przeciętnie skupiające odpowiednio ponad 70% oraz ponad 20% rynku, podczas gdy filmy europejskie poza krajem pochodzenia przyciągają mniej niż 10% audytorium). Filmowy świat Hiszpanów czy Włochów nie jest np. bliższy Irlandczykom czy Szwedom niż filmowo-kulturowy pejzaż Ameryki. Na fakt ten zwracał już zresztą uwagę cytowany przez Toby'ego Millera Edwin Baker, pytając, czy rzeczywiście Hiszpania ma kulturowo więcej wspólnego ze Szwecją niż z Argentyną, a Wlk. Brytania z Grecją niż ze Stanami Zjednoczonymi⁴⁶. Listę takich pytań Bakera moglibyśmy zresztą rozszerzyć, pytając np., czy Francja ma więcej wspólnego z krajami Maghrebu lub Kanadą niż ze Słowacją bądź Litwą.

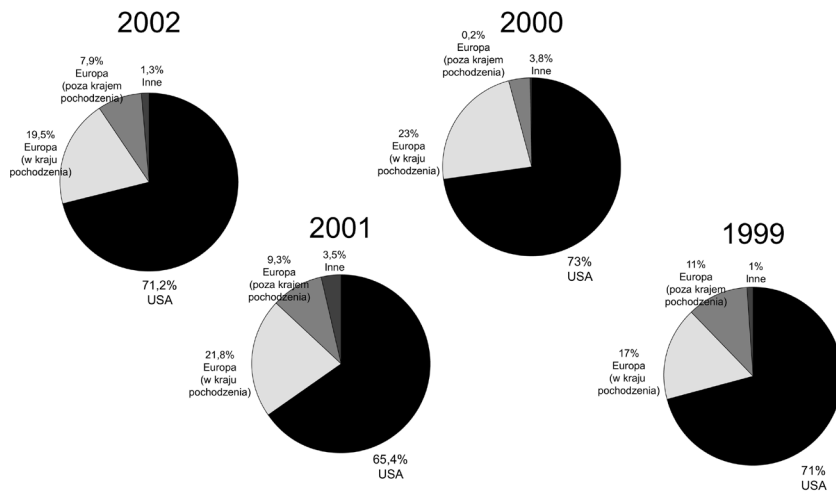
Dlatego wydaje się, iż w kategoriach mentalno-kulturowych Europa jest raczej „archipelagiem” niż kontynentem. „Archipelagiem”, czyli zgodnie z definicją słownikową *grupą wysp leżących blisko siebie, zwykle tego samego pochodzenia*. Niezmiennie trudno byłoby zdefiniować wspólną tożsamość europejską oraz określić wspólną europejską tradycję kulturową inną niż historyczne dziedzictwo „sztuki wysokiej”, które jednak łączy głównie elity poszczególnych krajów, nie zaś ogół społeczeństw. Dla ogółu znacznie istotniejsza byłaby kultura popularna. Tymczasem brak wspólnej tradycji europejskiej jest szczególnie jaskrawy właśnie w tej dziedzinie⁴⁷. Paradoksalnie jedyną wspólną kulturą „archipelagu Europa” jest amerykańska kultura popularna oraz kino hollywoodzkie, a Stary Kontynent jest zjednoczony tylko dla amerykańskich producentów, dla których europejski rynek filmowy jest rynkiem jednorodnym oraz na dobrą sprawę „krajowym”⁴⁸. Innym Europa jawi się wciąż jako „archipelag”, grupa co prawda bliskich sobie, ale jednak wysp. Ta kulturowa kwestia coraz bardziej staje się również problemem politycznym.

Znaczenie kultury audiowizualnej dla tożsamości europejskiej

David Morley i Kevin Robins w swojej książce cytują słowa Jeana Moneta: *Jeśli raz jeszcze mielibyśmy zaczynać od nowa tworzenie Wspólnoty Europejskiej, powinniśmy rozpocząć od kultury*⁴⁹. Nie wdając się w polemiki z jednym z „ojców założycieli” Unii Europejskiej, można jednak stwierdzić, iż gdyby nie zaczęto od węgla i stali, a od kultury, być może wciąż tkwilibyśmy w punkcie wyjścia. Istotna jest tu jednak inna rzecz, na którą parokrotnie wskazują w swej pracy wydanej

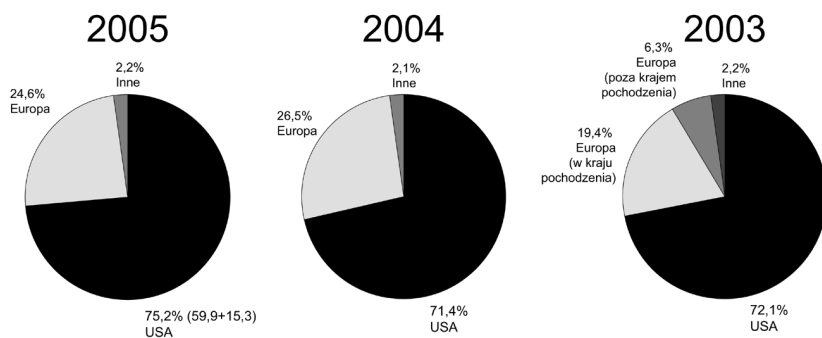
ARCHIPELAG EUROPA

Rys.1 Udział w rynku filmowym Unii Europejskiej produkcji amerykańskich, europejskich oraz pozostałych w latach 1999- 2002.



źródło: Focus. World Film Market (1999-2002)

Rys.2 Udział w rynku filmowym Unii Europejskiej produkcji amerykańskich, europejskich oraz pozostałych w latach 2003- 2005.



źródło: Focus. World Film Market (2003- 2005)

w połowie lat 90. Morley i Robins. Otóż europejscy politycy i biurokraci zaczęli postrzegać przemysł audiowizualny oraz media jako kluczowe instrumenty kreowania poczucia wspólnej tożsamości europejskiej⁵⁰. Ta ostatnia zaś, a raczej jej brak, jawi jako coraz większy problem w sytuacji narastającej dysproporcji pomiędzy współzależnym i harmonijnie się rozwijającym zjednoczonym rynkiem, a z drugiej strony wciąż silnymi różnicami etnicznymi i separatyzmami narodowymi. Różnice te prowadzą do braku europejskiej solidarności oraz poczucia pełnej wspólnoty, a w efekcie braku politycznej sterowności całego organizmu, który nie może występować jako jednorodny blok np. w dziedzinie polityki zagranicznej na arenie globalnej. Politycy i biurokraci zidentyfikowali więc media jako kluczowe narzędzia wykreowania Europy jako „wyobrażonej wspólnoty” na podobieństwo narodów jako „wspólnot wyobrażonych” w koncepcji Benedicta Andersona.

Interesujące są tutaj dwie kwestie. Po pierwsze „Europa” ma być tworzona na podobieństwo państw narodowych i z państw tych niejako „stapiana” dzięki narracjom tożsamościowym i wspólnej kulturze, stając się „wspólnotą wyobrażoną” analogicznie do tworzących się w XIX wieku „wspólnot wyobrażonych” poszczególnych państw narodowych. Po drugie temu analogicznemu celowi mają służyć nieco inne narzędzia. O ile w XIX wieku „narodotwórcze” oddziaływanie miała literatura oraz prasa, o tyle obecnie funkcję tę miałyby pełnić film oraz telewizja.

Jest to zbieżne z тезami Tima Edensora⁵¹ przekonującego, iż współcześnie to właśnie kultura popularna oraz rytuały życia codziennego mają największe znaczenie dla tworzenia poczucia tożsamości narodowej, nie zaś funkcjonujące w tej roli od epoki romantyzmu „kultura wysoka” i kultura ludowa. Uszczegóławiając koncepcję brytyjskiego socjologa, możemy stwierdzić, że w ponowoczesnej i medialnej kulturze za czynniki „narodotwórcze” (*nation-building*) uchodzą trzy sfery: sport (a ściślej rzecz biorąc, najpopularniejsze, najbardziej medialne dyscypliny), programy informacyjne oraz filmy fabularne⁵². Zwróćmy zresztą uwagę, że o ile w strukturze polskiego rządu Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki nie tylko pozostają odrębne, ale wygląda na to, że nie mają ze sobą wiele wspólnego i sytuują się niejako na przeciwnych biegunach, o tyle w strukturze gabinetu brytyjskiego od 1997 roku funkcjonuje jeden resort o nazwie Ministerstwo Kultury, Mediów i Sportu (Department for Culture, Media and Sport), wcześniej będący właśnie Ministerstwem Dziedzictwa Narodowego (Department of National Heritage). Splot owych z pozoru odległych sfer sportu, programów informacyjnych i filmów ma znaczenie nie tylko polityczne, ale i ekonomiczne. Angus Finney w swej książce wskazuje je jako trzy odmiany *software*, najważniejsze dla kontroli całego rynku telewizyjnego⁵³.

Dlatego mamy tutaj do czynienia z sytuacją dwoistej wzajemnej zależności. Przyszłość europejskiego przemysłu audiowizualnego zależy od stopnia integracji europejskiej i ukształtowania się jednorodnego rynku audiowizualnego. Z drugiej strony szans na integrację oraz wyłonienie się wspólnej tożsamości europejskiej i kulturowej wspólnoty upatruje się w oddziaływaniu europejskiego przemysłu audiowizualnego.

Tymczasem dotkliwy brak wspólnej tożsamości europejskiej oraz jego daleko idące konsekwencje polityczne w postaci braku decyzyjności w polityce zagranicznej z całą mocą objawiły się w trakcie euro-amerykańskiego oraz wewnątrz-europejskiego konfliktu na tle wojny w Iraku. Znamienny jest tu zwłaszcza słynny artykuł Jürgena Habermasa i Jacques’a Derridy oraz towarzyszące mu

teksty innych intelektualistów europejskich zaproszonych do dyskusji przez Habermasa⁵⁴. Artykuły te były próbą znalezienia wspólnej narracji tożsamościowej w obliczu związanego z wojną iracką konfliktu transatlantyckiego, a przede wszystkim sporu wewnątrz samej Europy. Habermas i Derrida przedstawili opowieść, na którą składały się: *chrześcijaństwo i kapitalizm, nauki przyrodnicze i technika, prawo rzymskie i kodeks Napoleona, mieszczański sposób życia, demokracja i prawa człowieka, sekularyzacja państwa i społeczeństwa*⁵⁵. Tyle że narracja przedstawicieli europejskich elit intelektualnych, wysnuta z dziedzictwa Oświecenia i oparta na wizji USA jako „Innego”, okazała się nader nieskuteczna. Wykazała swą nieadekwatność jako podstawa wspólnoty tożsamościowej, szczególnie dla krajów „nowej Europy” oraz tradycyjnie bardziej proatlantyckich państw Europy Zachodniej, jak Wlk. Brytania, a w dalszej kolejności Holandia i Dania. Proponowana przez Habermasa i Derridę opowieść nie okazała się porywająca nie tylko w owym gorącym momencie transatlantyckiego sporu, nie podjęto jej i w ciągu kilku następnych lat. Pomińmy tu kwestie USA jako „Innego” oraz dziedzictwa Oświecenia, które jak się okazało, w takim samym stopniu dzieliły i łączyły kontynent. Wydaje się, iż błąd Habermasa i Derridy, a także innych dyskutantów (pośród których był Umberto Eco) polegał też na tym, iż tkwili oni w przekonaniu, że „wspólnoty wyobrażone” konstytuują się przez druk (prasa, literatura) i koncepcje intelektualistów: dziennikarzy, pisarzy, filozofów. W ich polu widzenia zupełnie zabrakło miejsca dla kultury popularnej i produktów przemysłu audiowizualnego. To właśnie w nich, a nie w dziedzictwie Oświecenia, „nauce i technice”, tkwi potencjał budowania europejskiej tożsamości zbiorowej, z czego w odróżnieniu od filozofów świetnie zdają sobie sprawę europejscy politycy i biurokraci, dotując kino wielomilionowymi kwotami nieporównywalnie przewyższającymi te przeznaczane na inne dyscypliny sztuki.

Składana przez niektórych do grobu X Muza, w nowym i zaskakującym otoczeniu telewizji oraz zmediatyzowanego sportu, wciąż miałaby więc do odegrania ogromnie istotną rolę. Tyle że owo rosnące i ważne również w przyszłości znaczenie kina niekoniecznie musi być dla niego perspektywą jednoznacznie radosną. Jak zauważa bowiem Michał Pabiś na marginesie swych rozważań o filmie europejskim jako gatunku: *Dla europejskiego intelektualisty jest to sytuacja dość nieprzyjemna. Jeśli (...) film europejski to gatunek, czyli „specyficzny typ kłamstwa”, to jego widzowie są podmiotami bezwiednie poddającymi się potęgze perswazji. Tożsamość europejska okazuje się wtedy biznesowo-politycznym projektem podstępnie aplikowanym społeczeństwu za pomocą zbiurokratyzowanych instytucji kina i dyskursów je otaczających*⁵⁶.

Z zarysowanym wyżej niepowodzeniem pomysłu Habermasa i Derridy oraz projektem kreowania europejskiej tożsamości przy odwołaniu do przemysłu audiowizualnego wiąże się jednak jeszcze inna trudność. Mianowicie pytanie, czy w kategoriach kulturowych, a co najmniej w kategoriach kultury filmowej, USA są na pewno terytorium pozaeuropejskim.

USA jako część „archipelagu Europa”

Andrew Higson w artykule *Idea kinematografii narodowej* zauważa: *Hollywood nie tylko jest największą światową potęgą kinową, ale, od wielu lat, stanowi*

integralny i zaakceptowany składnik kultury narodowej, czy też masowej wyobraźni większości krajów, gdzie kino jest uznaną formą rozrywki. Innymi słowy, tradycja Hollywood zyskała znaczący wpływ na kształt tak zwanych kinematografii narodowych, na przykład w Europie Zachodniej⁵⁷. Podobnego zdania jest Thomas Elsaesser, gdy stwierdza: *Hollywood trudno postrzegać jako coś zupełnie obcego, gdyż kultura filmowa każdego kraju w znacznym stopniu pośrednio czerpie z „Hollywoodu” i jest „hollywoodzka”*⁵⁸. Wreszcie David Morley i Kevin Robins sugerują: *Prawdopodobnie Ameryka jest teraz wewnątrz, jest teraz częścią europejskiego repertuaru kulturowego, częścią europejskiej tożsamości*⁵⁹.

Morley i Robins podkreślają aspekt teraźniejszości w obecności USA „wewnątrz” Europy, co trudno kwestionować w warunkach współczesnej hollywoodzkiej dominacji na ekranach kin europejskich. Tym niemniej wydaje się, iż na obszarze kultury filmowej USA sytuowały się „wewnątrz” Europy już znacznie wcześniej, co najmniej od lat 20. Ich obecność była na tyle widoczna, że w Wlk. Brytanii w czasie debaty w Izbie Gmin jeden z posłów, mówiąc o hollywoodzkim zagrożeniu, cytował artykuł z „Daily Express”, według którego Hollywood przekształca brytyjskich widzów w „tymczasowych obywateli amerykańskich”: *...brytyjscy widzowie mówią o Ameryce, myślą o Ameryce i o Ameryce marzą. Mamy kilkanaście milionów ludzi, głównie kobiet, którzy w zasadzie są tymczasowymi obywatelami amerykańskimi*⁶⁰.

Dla europejskich rządów, przemysłów filmowych i elit intelektualnych Hollywood tradycyjnie było „Innym”, negatywnym punktem odniesienia względem którego definiowało się własną tożsamość przez różnicę. To wobec „Innego” zza oceanu Europejczycy autoidentyfikowali się jako „kulturalni”, „cywilizowani” i „wykształceni”. Takie samoidentyfikacje wraz z konstytuującym europejską tożsamość obrazem „Innego” wystąpiły z całą mocą w toku debaty zainicjowanej przez poszukujących paneuropejskiej narracji tożsamościowej Habermasa i Derridę. Posłuchajmy choćby Gianniego Vattimo: *Kontynuując refleksje zmierzające do ustalenia, dlaczego czujemy się Europejczykami, a nie Amerykanami, dotrzemy pewnie do odmiennej koncepcji istnienia, innej wizji tego, czym jest „dobre życie”, innego projektu egzystencjalnego. (...) I właśnie z tych powodów – tu zaznaczonych jedynie skrótowo, ale szeroko odczuwanych w świadomości europejskiej – jak powiedziałby Croce, „nie możemy nie nazwać się Europejczykami”, również dlatego, że różnimy się od społeczeństwa amerykańskiego duchem*⁶¹.

Co ciekawe, nie była to, historycznie rzecz biorąc, w relacjach transatlantycznych sytuacja nowa i jednostronna. Gdy w wieku XVIII konstituowała się tożsamość USA jako podmiotu politycznego, działało się to w opozycji do Starego Kontynentu jako „Innego” i kojarzonych z nim praktyk imperialnych: wojny, ekspansji, podboju, a także nierówności i niesprawiedliwości społecznej.

Służące samoidentyfikacji tożsamościowej negatywne odniesienia do „Innego” szczególnie wyraźnie wystąpiły w sferze kina, wobec konstytuujących się dwóch jego całościowych modeli zakorzenionych w dwóch zupełnie różnych tradycjach kulturowo-historycznych: kultury popularnej i prywatnej przedsiębiorczości w jednym oraz „sztuki wysokiej” i państwowego mecenatu w drugim przypadku. Cytowany na początku Thomas Elsaesser pisał u progu lat 90. o opozycji „Hollywood vs. Europe” jako *micie założycielskim* i centralnej kwestii badań nad filmem. Zdaje się, że i on sam od tego mitu nie mógł się uwolnić, bowiem

intrygujący kilkusetstronicowy zbiór swoich esejów i recenzji powstających w ciągu 30 lat zatytułował *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, a ze wspomnianego przeciwstawienia uczynił oś konstrukcyjną tomu oraz, jak można przypuszczać, kryterium doboru tekstów.

Mamy więc do czynienia z niemałym paradoksem. Z jednej strony Hollywood jest dla europejskiego kina (złym, gorszym) „Innym”, z drugiej leży „wewnątrz” Europy. Paradoks owych negatywnych odniesień, a zarazem bliskich związków może ilustrować przykład Francji. Uchodzi ona za kraj o kulturze cechującej się najbardziej antyamerykańskim rysem i tradycyjnie najbardziej krytycznie nastawiony względem mocarstwa zza oceanu, w odróżnieniu np. od Wlk. Brytanii, którą zawsze łączyły z nim „specjalne stosunki”, czy krajów Europy Środkowo-Wschodniej, której sentymenty proamerykańskie wynikały w dużej mierze z ich sytuacji geopolitycznej po II wojnie światowej. Tymczasem nawet w przypadku tak zdawałoby się antyamerykańskiej Francji widzimy raczej dialektykę „fascynacji i niechęci”. Z jednej strony składa się na nią nieklamane poczucie wyższości i niechęci względem kultury amerykańskiej i jej niewyrafinowania, oscylujące od stwierdzeń w rodzaju *trzeba przyznać, że publiczność oglądająca filmy amerykańskie jest infantylna*⁶², przez przypuszczenia: *Ameryka ma taki sam stosunek do kina francuskiego jak do amerykańskich Indian. Gdybyśmy byli dla nich za dobrzy, to oni przydzieliliby nam rezerwy*⁶³, do sformułowania, iż Disneyland to *kulturowy Czarnobyl*⁶⁴, a USA – *wściekły pies*⁶⁵. Jednocześnie jednak to filmami amerykańskimi, szczególnie kryminalnymi, zachwycają się i inspirować późniejsi twórcy Nowej Fali, hołubiąc je równie namiętnie, jak deprecjonują rodzime „kino papy”. I przy tym pięknie rewanżując się kinu hollywoodzkiemu, to oni bowiem dyskursywnie „stworzyli” i „podarowali” mu jego „autorów”: Hitchcocka, Wildera, Wylera, Hawksa, Forda. Sam Godard natomiast stał się źródłem inspiracji m.in. dla Alana Paculi (*Klute*) i Quentina Tarantino (*Pulp Fiction*). Estyma dla kina amerykańskiego pozostaje tym, co łączy reżyserów Nowej Fali i niekiedy złośliwie komentującego ich dokonania Luca Bessona. Francuzi przez kolejne dekady byli rozmiłowani w tak amerykańskich z ducha gatunkach, jak film „czarny” oraz filmy policyjne i gangsterskie⁶⁶, które stały się podstawowym gatunkiem francuskiego kina popularnego (kręcili je przy tym reżyserzy tej miary, co Godard, Truffaut, Chabrol, Beneix, Besson), a całą serię interesujących adaptacji przenoszących jego wzorce we francuskie realia stworzył Jean-Pierre Melville. Zarazem dokonania francuskiej Nowej Fali, jako jeden z najistotniejszych nurtów europejskiego kina lat 60., sytuowały się pośród źródeł inspiracji twórców Nowego Hollywood. Filmy „podróżowały przez Atlantyck”, bardzo często zmieniając w czasie tej podróży swoje oblicze i przybywając na miejsce przeznaczenia z zaskakującymi stemplami. O ile hollywoodzcy rzemieślnicy po drugiej stronie oceanu niespodziewanie stawali się „autorami” i „artystami kina”, o tyle filmy „mistrzów” europejskiego, intelektualnego kina – Antonioniego czy Bergmana – ceniono za oceanem głównie za bardzo otwarte i odważne na tle ówczesnego kina amerykańskiego ukazywanie seksualności⁶⁷.

Obecność filmu amerykańskiego „wewnątrz” Europy oraz owe zaskakujące niekiedy przeobrażenia w postrzeganiu i funkcji poszczególnych dzieł po drugiej stronie Atlantyku mają też istotny wymiar społeczny i klasowy. Otóż jeśli Hollywood (i szerzej USA) było europejskim „Innym”, to ściślej rzecz biorąc, było „Innym” elit europejskich intelektualnych i społecznych. To one postrzegały je

jako zagrożenie i czuły się zobowiązane do obrony przed nim „kultury narodowej”, a w istocie własnej pozycji jako arbitrów smaku uprawnionych do definiowania, co się składa na „kulturę narodową”. Wyrażali jednocześnie patriarchalne zatroskanie wpływem, jaki ów „Inny” może wyrzucić na klasy niższe⁶⁸. Tymczasem dla nieuprzywilejowanych amerykańska kultura popularna na czele z Hollywood, postrzegana przez krytyków jako zestandaryzowana i masowo produkowana na potrzeby rynku, była często „kulturą oporu” wobec własnej „kultury narodowej” odbieranej jako w dużej mierze obca kultura warstw dominujących utwierdzająca ich dominację.

Morley i Robins cytują robotnika pracującego w dokach, opowiadającego o swym upodobaniu do pisarzy amerykańskich: *Czytałem angielskich pisarzy, H.G. Wellsa, Arnolda Bennetta, ale oni nie są z mojej bajki. Zawsze czujesz tam barierę klasy. W amerykańskich pisarzach podoba mi się, że oni mówią tak, jak my mówimy*⁶⁹.

W dziedzinie kina podobne odrzucenie i poczucie obcości sztuki „narodowej” stało się udziałem publiczności brytyjskich filmów po przełomie dźwiękowym. Reakcje te były dla europejskich producentów zaskakujące, powszechnie spodziewano się bowiem, że film dźwiękowy, z uwagi na zróżnicowanie językowe filmowych audytoriów, położy kres lub przynajmniej znacząco osłabi hollywoodzką dominację na korzyść filmów krajowej produkcji. Tymczasem: *Oczekiwanie, że widzowie będą woleli słyszeć dialogi brytyjskie, nie amerykańskie, zostało srodze zawiedzione, gdy robotnicza publiczność, zwłaszcza w Szkocji i na północy, objawiła swą wrogość i szyderstwo wobec akcentu i manieryzmu londyńskiej sceny. Jak na ironię, widzowie ci uznali, że bardziej identyfikują się z filmami pochodzącymi z kultury, która w latach trzydziestych postrzegana była jako obca*⁷⁰.

„Globalne Hollywood” w jeszcze większym stopniu niż dawne Hollywood jest więc częścią narodowych terytoriów i ich kultur filmowych, zarówno w aspekcie estetycznym i historycznym (język filmu i tradycja kina, wątki fabularne i gatunkowe), jak i ekonomiczno-instytucjonalnym (to produkcja Hollywood i multipleksy utrzymują bowiem współczesne funkcjonowanie światowego obiegu kinowego w jego wymiarze frekwencyjnym). Trudno wyobrazić sobie „kino” bez „Hollywood”. Między innymi dlatego USA jawią się jako jedna z wysp „archipelagu Europa”, co przedstawia dodatkową i niebagatelną przeszkodę dla architektów potężnych ruchów tektonicznych zmierzających do stopienia wysp „archipelagu” w „kontynent” ze spójnym audytorium kinowym i rynkiem filmowym oraz kontynentalną tożsamością i z USA jako konstytuującym tę tożsamość przez negatywne odniesienie „Innym”.

MARCIN ADAMCZAK

¹ T. Elsaesser, *Putting on a Show: The European Art Movie*, „Sight and Sound” 1994, nr 4, s. 24.

² L. Moussinac, cyt. za: S. Neale, *Art Cinema as Institution*, „Screen” 1981, nr 1, s. 16. Wydaje się przy tym, że skala dominacji francuskiej w latach przedwojennych była jednak nieco mniejsza, niż uważa Moussinac.

³ Dane o wysokości amerykańskich udziałów w rynku podaje za: M. Haltorf, *Autor i kino artystyczne. Przypadek Paula Coxa*, Kraków 2001, s. 59 oraz M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańsk 1994, s. 61.

⁴ *Jak pokazały doświadczenia z produkcji filmów propagandowych w czasie pierwszej*

- wojny światowej, kino jest potężnym instrumentem do wytwarzania i rozpowszechniania idei. Idee te są ważne nie tylko na poziomie bezpośredniego promowania określonych form zachowania czy określonych emocji, lecz przede wszystkim na bardziej ogólnym poziomie, gdzie kumulując się, składają się one na mentalne krajobrazy, światopoglądy, sposoby myślenia o otaczającej rzeczywistości. A. Moran, *Terms For a Reader: Film, Hollywood, National Cinema, Cultural Identity and Film Policy*, w: A. Moran (wyd.), *Film Policy. International, National and Regional Perspectives*, London 1996, s. 4.
- ⁵ V. da Grazia, *European Cinema and the Idea of Europe, 1925-95*, w: G. Nowell-Smith, S. Ricci (red.), *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-95*, London 1998, s. 20.
- ⁶ Tamże, s. 31-32.
- ⁷ A. Moran, dz. cyt., s. 8.
- ⁸ J. Tedesco, cyt. za: S. Neale, dz. cyt., s. 18.
- ⁹ London Economics, *The Competitive Position of the European and US Film Industries. Report for the Media Business School*, London 1992; *Report by the Think-tank on the Audiovisual Policy in the European Union*, Luxembourg 1994; The Department of National Heritage, *The British Film Industry*, London 1995; *The Digital Age. European Audiovisual Policy. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy*, Luxembourg 1998; *A Bigger Picture. The Report of the Film Policy Review Group*, London 1998; S. Pratten, S. Deakin, *Competitiveness Policy and Economic Organisation: the Case of the British Film Industry*, Cambridge 1999 oraz: J. Hill, M. McLoone, P. Hainsworth (wyd.), *Border Crossing. Film in Ireland, Britain and Europe*, Belfast 1994; A. Finney, *The State of European Cinema. A New Dose of Reality*, London 1996; M. Dale, *The Movie Game. The Film Business in Britain, Europe and America*, London 1997; G. Nowell-Smith, S. Ricci, *Hollywood and Europe. Economics, Culture, National Identity: 1945-1995*, London 1998; A. Jäckel, *European Film Industries*, London 2003.
- ¹⁰ Tytuł dziesiątego tomu obejmującego lata 1980-1989, *Historii kina amerykańskiego* autorstwa Stephena Prince'a brzmi *Nowy garniec złota pod elektroniczną tęczą*. Patrz: S. Prince, *History of the American Cinema, Volume 10: A New Pot of Gold: Hollywood under the Electronic Rainbow, 1980-1989*, New York 2000.
- ¹¹ Dane za: *Focus 2007. World Film Market*, European Audiovisual Observatory, Brussels 2007, s. 38 oraz T. Miller, N. Govil, J. McMurria, R. Maxwell, T. Wang, *Global Hollywood 2*, London 2005, s. 174.
- ¹² A. Higson, *Idea kinematografii narodowej*, w: P. Sitarski (red.), *Kino Europy*, Kraków 2001, s.18.
- ¹³ T. Elsaesser, *European Cinema. Conditions of Impossibility?* w: tenże, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, Amsterdam 2005, s. 16.
- ¹⁴ Z drugiej strony w jakiejś przynajmniej mierze kino europejskie jest też „Innym” kina hollywoodzkiego, będąc czasami obiektem kpin i złośliwości prominentnych postaci „fabryki snów”. Billy Wilder dowcipkował na planie, nakazując swojemu operatorowi, by nakręcił kilka scen w taki sposób, by obraz był nieostry tak, byśmy mogli dostać jakąś europejską nagrodę filmową, cyt. za: D. Puttnam, *Creativity and Commercialism: Film-making in Europe*, w: J. Hill, M. McLoone, P. Hainsworth, *Border Crossing...* dz. cyt., s. 82; Mel Gibson publicznie prezentował opinię, iż film Wima Wendersa *Million Dollar Hotel*, w którym Gibson występował, jest *as boring as a dog's ass*, cyt. za: T. Miller, dz. cyt., s. 188; Quentin Tarantino latem 2007 roku wywołał skandal swą wypowiedzią na temat kina włoskiego, w którym wszystkie filmy są o tym samym: o dorastających chłopcach, dorastających dziewczętach, parach przeżywających kryzys i upośledzonych umysłowo jadących na wakacje, cyt. za: M. Sadowska, *Quentin Tarantino zdolny inaczej, „Przekrój”* 2007, nr 33.
- ¹⁵ Jakkolwiek należałoby tu wziąć pod uwagę fakt, iż przeciętny Europejczyk kupuje niecałe dwa bilety kinowe rocznie, podczas gdy przeciętny obywatel USA prawie pięć. W roku 2006 w 25 krajach Unii Europejskiej oraz Rumunii, Bułgarii, Norwegii i Szwajcarii sprzedano łącznie 959,5 mln biletów kinowych, podczas gdy w USA 1449 mln. Dane: *Focus 2007. World Film Market...* dz. cyt.
- ¹⁶ Cyt. za: T. Miller, dz. cyt., s. 194.
- ¹⁷ Tamże.
- ¹⁸ Ich udział w rynku europejskim obniżył się podczas obu sezonów z około 3 % do około 1 %. Patrz: rys. 1 i 2.
- ¹⁹ Z mniejszościowym udziałem hiszpańskiej kompanii CASA.
- ²⁰ Cyt. za: A. Higson, dz. cyt, s. 15.
- ²¹ London Economics, *The Competitive Position of the European and US Film Industries*, dz. cyt., s. 120-121.

- ²² J. Hill, *Przyszłość kina europejskiego. Problemy ekonomiczne i kulturowe strategii paneuropejskich*, w: P. Sitarski (red.), *Kino Europy*, dz. cyt., s. 176.
- ²³ Tamże, s. 183.
- ²⁴ A. Oz, *Utracony ogród*, „Gazeta Wyborcza”, 31 grudnia 2001 – 1 stycznia 2002, s. 18-19.
- ²⁵ Zauważmy choćby, w jak wielkim stopniu kino amerykańskie „skonstruowało” obraz wojny w Wietnamie, o której właściwie nie sposób myśleć dziś bez hollywoodzkich obrazów z *Czasu Apokalipsy*, *Łowcy jeleni*, *Plutonu*, a nawet filmów z Sylwestrem Stallone z serii *Rambo* oraz Chuckiem Norrisem z serii *Zaginiony w akcji*. Tworzą one różnicę między „historycznym Wietnamem” a „symbolicznym Wietnamem”. W podobny sposób „skonstruowany” i zmitologizowany przez kino jest obraz mafii, o której również trudno myśleć poza obrazami mającymi źródło w filmach takich, jak *Ojciec chrzestny*, *Chłopcy z ferajny*, *Kasyno*, *Życie Carlita*, *Człowiek z blizną*, *Donnie Brasco* i innych.
- ²⁶ G. Nowell-Smith, *Introduction*, w: G. Nowell-Smith, S. Ricci, *Hollywood and Europe*, dz. cyt., s. 13.
- ²⁷ T. Elsaesser, *European Culture, National Cinema, the Auteur and Hollywood*, w: T. Elsaesser, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*, dz. cyt., s. 52.
- ²⁸ Cyt. za: M. Haltof, *Autor i kino artystyczne...* dz. cyt., s. 65.
- ²⁹ Cyt. za: J. Bromski, *Uwaga! Kino za burtą!* przemówienie prezesa Stowarzyszenia Filmowców Polskich, 4 lutego 2003 r. (www.sfp.org.pl/pliki/16/c8/16c8a72a0586b44/mszok2_przemowienie_bromskiego.doc).
- ³⁰ „W nieco większym stopniu” oznacza tutaj amerykański udział w rynku rządu 50-60%, nie zaś ponad 70% (Europa) lub 80-90% (Wlk. Brytania, Australia, Kanada).
- ³¹ Ch. Klein, *The Asia Factor in Global Hollywood*, „YaleGlobal Online”. (<http://yaleglobal.yale.edu/display.article?id=1242>).
- ³² J. Hill, *Przyszłość kina europejskiego...* dz. cyt., s. 176. Wybór takiej strategii ostrożnie sugerowali też autorzy dwóch najbardziej wnikliwych opracowań traktujących o sytuacji europejskiego przemysłu filmowego: London Economics (*The Competitive Position of the European and US Film Industries*, dz. cyt.) oraz S. Pratten, S. Deakin, (*Competitiveness Policy and Economic Organisation: the Case of the British Film Industry*, dz. cyt.).
- ³³ Dzięki czemu podupadające w latach 80. brytyjskie studia mogły się zmodernizować. Wcześniej, na początku lat 90. były przedmiotem złośliwych uwag, np. producent Stephen Woolley porównywał je do brytyjskich szpitali, które również *zatrzymały się w czasie gdzieś około dekady lat 50*. A. Finney, dz. cyt., s. 72.
- ³⁴ A. Królikowska-Avis, *Nad Tamizą i nad Wisłą*, „Kino” 2002, nr 3.
- ³⁵ W istocie to drugie zestawienie nie oddaje w pełni skali brytyjskiego sukcesu frekwencyjnego. Otóż po pierwsze z niewiadomych względów nie obejmuje owych czterech filmów z pierwszego zestawienia, które w pierwszym umieszczono jako koprodukcje z większościowym udziałem brytyjskim. Po drugie filmy brytyjskie zajmują pierwsze cztery miejsca listy filmów europejskich o największej liczbie widzów w latach 1996-2006, podczas gdy np. najwyższej sklasyfikowany film niemiecki znajduje się na miejscu 14. Wreszcie 2 z 8 filmów francuskich oraz 2 z 5 niemieckich to komedie, które zdobyły popularność tylko w kraju pochodzenia i nie zyskały szerszej dystrybucji w innych krajach, pozostając raczej hermetyczne dla innych niż narodowa publiczności (np. owe dwa filmy niemieckie to komedie odwołujące się do popularnych w latach 60. niemieckich ekranizacji powieści Karola Maya). Przede wszystkim jednak o skali tego sukcesu świadczy fakt, iż Wlk. Brytania produkowała w tym okresie jedynie około 80 filmów rocznie, podczas gdy Francja ponad 200 (po roku 2000, w drugiej połowie lat 90. było to około 150 filmów rocznie), a Niemcy sukcesywnie zwiększały swoją produkcję, dochodząc od nieco ponad 60 (1996) do 170 filmów rocznie (2006). Ponadto wysokość francuskich dotacji dla przemysłu filmowego ponaddwukrotnie przewyższała wysokość dotacji brytyjskich. Dane: *Focus 2007. World Film Market*, dz. cyt., s. 16 oraz T. Miller, dz. cyt., s. 175.
- ³⁶ T. Edensor, *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*, Kraków 2004, s. 190-191.
- ³⁷ M. Pabiś, *Film europejski jako gatunek hollywoodzki*, w: E. Ciszewska, M. Saryusz-Wolska (red.), *Kino najnowsze. Dialog ze współczesnością*, Kraków 2007, s. 77-78. Trudno jedynie zgodzić się z Pabisem w jego surowej ocenie filmu *Góło i wesoło*. Obraz ten, mocno osadzony w angielskiej rzeczywistości oraz brytyjskiej tradycji kina społecznego, jest jednym z nielicznych przykładów koprodukcyjnej współpracy z Hollywood, w której europejski partner nie okazał się „przystawką”, lecz zdołał ocalić w filmie własną specyfikę.

- ³⁸ Toby Miller, powołując się na Mattelartów, mówi w tym kontekście o *międzynarodowym podziale kulturowej pracy* w dziedzinie audiowizualnej i wykształceniu się trzech sfer: światowego centrum (Hollywood), leżących „w pobliżu” pośrednich sfer o drugorzędnym znaczeniu (Europa Zachodnia, Kanada i Australia) oraz położonymi „daleko” obszarami, w których praca jest podporządkowana światowemu centrum (reszta świata). T. Miller, dz. cyt., s. 127.
- ³⁹ Tamże, s. 139 i 145.
- ⁴⁰ T. Miller, dz. cyt., s. 189 oraz A. Finney, dz. cyt., s. 2.
- ⁴¹ *Distribution of 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.
- ⁴² Tamże.
- ⁴³ Warto dodać, iż w zestawieniu 20 filmów z Europy Środkowo-Wschodniej o największej liczbie widzów w krajach „starej Unii” w latach 1996-2002 znajdujemy 5 filmów polskich. Na 4. miejscu *Historie miłosne* Stuhra (niecałe 80 000 widzów), na 7. *Pan Tadeusz* Wajdy (niecałe 50 000 widzów), na 10. *Ogniem i mieczem* (nieco ponad 30 000 widzów), na 14. i 17. plasują się *Bandyta* Dejczer a *Szamanka* Żuławskiego (odpowiednio 180 00 i 11 000. widzów). Jednocześnie liczba nieco ponad 8000 widzów wystarczała, by film znalazł się w „dwudziestce” najpopularniejszych filmów z Europy Środkowo-Wschodniej (choć słowo „najpopularniejszy” w kontekście 8000 widzów w potencjalnie 15 krajach brzmi jak kiepski żart). Pomijając twórczość Kieślowskiego z początku lat 90., na hipotetyczny obraz współczesnego polskiego kina w oczach miłośnika X Muzy ze „starej” Europy składa się więc te 5 filmów: *Historie miłosne*, *Pan Tadeusz*, *Ogniem i mieczem*, *Bandyta* i *Szamanka*. Dane za: *Distribution of the European Union Market...* dz. cyt., s. 7.
- ⁴⁴ Wyjątkiem jest rok 2000, w którym wyniósł on zaledwie 0,2%.
- ⁴⁵ Na rysunkach 1 i 2 sumuję jednak udział filmów amerykańskich, nawet jeśli są koprodukcjami, uznając, iż trafniej jest nie uznawać takich filmów, jak *Harry Potter* i *Czara Ognia* czy *Charlie i fabryka czekolady* za europejskie z mniejszościowym udziałem amerykańskim.
- ⁴⁶ T. Miller, dz. cyt., s. 184.
- ⁴⁷ Tzw. kino mistrzów czy też „kino autorskie” może poza przypadkiem najlepszych lat francuskiej Nowej Fali nigdy nie było szczególnie popularne wśród szerszej publiczności nawet w krajach pochodzenia tych filmów. O małej popularności filmów włoskiego neorealizmu we Włoszech pisał G. Nowell-Smith. Patrz: tegoż, *Introduction*, w: G. Nowell-Smith, S. Ricci (wyd.), *Hollywood and Europe...* dz. cyt., s. 6.
- ⁴⁸ Mam tu na myśli ową wspólną dla Europy dominację USA, wahającą się od sześćdziesięciu kilku procent rynku w USA do ponad 90 w Irlandii. Na tak dużych i istotnych rynkach europejskich, jak brytyjski i niemiecki, udział filmów USA nie jest o wiele niższy niż ich udział w wewnętrznym rynku amerykańskim. Na ów aspekt zwracał już uwagę francuski minister kultury Jack Lang, twierdząc: *Kraje Europy, skrupowane różnego rodzaju barierami historycznymi, językowymi i społecznymi, są w mniejszym lub większym stopniu odizolowane od siebie, podczas gdy zjednoczony rynek europejski istnieje jedynie dla Amerykanów*. Cyt. za: T. Miller, dz. cyt., s. 209.
- ⁴⁹ D. Morley, K. Robins, *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, London 1995, s. 44.
- ⁵⁰ Tamże, s. 2, 44, 90-91, 175 i 193. W tym kontekście warto też wspomnieć o pomysle Jacka Bromskiego, który w czasie konferencji poświęconej kinu i telewizji europejskiej postulował, by mocą odgórnej regulacji ustanowić pasmo, w którym raz w tygodniu wszystkie publiczne telewizje europejskie o tej samej godzinie będą prezentowały ten sam film europejski.
- ⁵¹ T. Edensor, dz. cyt.
- ⁵² T. Miller, dz. cyt., s. 35.
- ⁵³ Finney cytuje też Michaela Kuhna, prezesa PolyGram: *Jeśli nie kontrolujesz praw do dwóch rzeczy – sportu i filmów – to nigdy nie będziesz kontrolował rynku telewizyjnego w Europie. Są one dwoma rodzajami „software”, których dystrybucja napędza wszystkie nowe formy transmisji telewizyjnej*. A. Finney, dz. cyt., s. 137.
- ⁵⁴ 31 maja 2003 roku Habermas i Derrida ogłosili swój wspólny artykuł jednocześnie na łamach „Frankfurter Allgemeine Zeitung” oraz „Libération”. Tego samego dnia ukazały się teksty Fernando Savatera (w „El Pais”), Gianiego Vattimo (w „La Stampa”), Adolfa Muschga (w „Neue Zürcher Zeitung”), Richarda Rorty’ego (w „Süddeutsche Zeitung”) oraz Umberto Eco (w „La Repubblica”).

- ⁵⁵ J. Habermas, J. Derrida, *Po wojnie: odrodzenie Europy*, „Krytyka Polityczna” 2004, nr 5, s. 154.
- ⁵⁶ M. Pabiś, *Film europejski...* dz. cyt., s. 85-86.
- ⁵⁷ A. Higson, dz. cyt., s. 12.
- ⁵⁸ Tamże.
- ⁵⁹ D. Morley, K. Robins, dz. cyt., s. 57. Wypowiedzi te warto uzupełnić o często cytowane zdanie Wima Wendersa, iż *Amerykianie skolonizowali naszą podświadomość*.
- ⁶⁰ Cyt. za: R. Maltby, R. Vasey, „*Tymczasowi obywatele amerykańscy*”: kulturowe obawy i strategię przemysłu filmowego w amerykanizacji kina europejskiego, w: P. Sitarski (red.), *Kino Europy*, dz. cyt., s. 52.
- ⁶¹ G. Vattimo, *Dom Europa*, „Krytyka Polityczna”, nr 5, 2004, s. 165.
- ⁶² Opinia francuskiego producenta Charles’a Grassota, cyt. za: B. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, Warszawa 1998, s. 118.
- ⁶³ Przypuszczenie francuskiego reżysera Bernarda Taverniera, cyt. za: A. Wooldridge, J. Micklethwait, *Czas przyszły doskonały*, Poznań 2003, s. 309.
- ⁶⁴ Cyt. za: A. Wooldridge, J. Micklethwait, dz. cyt., s. 308.
- ⁶⁵ Porównanie Jean-Paul Sartre’a, cyt. za: G. Vincendeau, *Francja w latach 1945-65 i Hollywood*, dz. cyt., s. 78.
- ⁶⁶ Nie tylko w dziedzinie kina. Jak podaje GINETE Vincendeau, w połowie lat 60. sprzedawano we Francji 15 milionów egzemplarzy powieści detektywistycznych i kryminalnych rocznie. G. Vincendeau, *Francja w latach 1945-1965 i Hollywood: „policier” jako tekst międzynarodowy*, w: P. Sitarski (red.), *Kino Europy*, dz. cyt., s. 95. Vincendeau pisze też: *Badania opinii publicznej przeprowadzone w latach 1952-1957, w czasach oficjalnej polityki antyamerykańskiej, ujawniły pozytywny wizerunek Ameryki wśród przedstawicieli francuskiej klasy robotniczej, włączając w to elektorat francuskiej partii komunistycznej*. Tamże, s. 78.
- ⁶⁷ T. Elsaesser, *Putting on a Show...* dz. cyt., s. 25.
- ⁶⁸ Maltby i Vasey cytują fragment wydanej w 1935 roku książki *This Our Country* majora Rawdona Hoare, kuzyna sekretarza stanu ds. Indii, dzielącego się swym zaskoczeniem po spotkaniu z pracownikiem stacji benzynowej na przedmieściach Londynu. Hoare pisze: *Potężny wpływ kina zmienił tego młodzika z East Endu w ni to, ni owo, w kogoś, kto stracił wiele dobrych cech ludu należącego do tej części Londynu i komu jednak załośnie nie udało się uzyskać tak prędko pożądaną amerykańskość. Jest on jednym spośród milionów, na których życie wpłynęło kino amerykańskie. Co dobrego może z tego wszystkiego wyniknąć dla Anglii? Czy zrodzi to patriotyzm? Czy zrodzi pragnienie, by utrzymać nasze Imperium? Wątpię. Ale bez wątpienia rodzi to rasę młodych należących do wszystkich klas, których doświadczenie życiowe oparte jest głównie na przytłaczających i często plugawych fabułach amerykańskich filmów*, cyt. za: R. Maltby, R. Vasey, dz. cyt., s. 51.
- ⁶⁹ Cyt. za: D. Morley, K. Robins, dz. cyt., s. 54.
- ⁷⁰ Cyt. za: R. Maltby, R. Vasey, dz. cyt., s. 70. Autorzy wspominają też, iż w latach 30. rodzice z brytyjskiej klasy robotniczej często nadawali swym dzieciom imiona Shirley, Marlene, Norma lub Gary. Tamże, s. 60.