

<https://doi.org/10.3176/hum.soc.sci.1965.4.04>

А. ВАХЕМЕТСА

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ КИНОИСКУССТВА

Опыт конкретно-социологического анализа советской художественной кинопродукции 1963 года

Восприятие художественного фильма как системы эстетических ценностей, совокупности образов, отображающих жизнь с точки зрения идеологии ее авторов, не является пассивным актом. Во время просмотра фильма зритель — не беспристрастный свидетель движения образов на экране, его восприятие — это переживание, непрерывная (сознательная или подсознательная) оценка, сравнение фильма со своим жизненным опытом и т. д. После просмотра зритель способен довольно определенно выявить свое отношение к фильму как к эстетической ценности: фильм понравился или не понравился ему, соответствует его миропониманию и эстетическому вкусу или не соответствует. Зритель может поверить содержанию фильма или не поверить. Если в единичных случаях могут возникать трудности, то при оценке группы фильмов, при сравнении одних фильмов с другими, эстетический вкус выявляется достаточно определенно. При помощи статистических данных об эстетической оценке зрителями годовой продукции кинематографии мы можем, с одной стороны, дать характеристику каждому фильму как объекту эстетической оценки и, с другой стороны, рассмотреть социально-детерминированные группы зрителей как субъекта этой оценки. Но данные о восприятии фильма говорят не только об эстетическом отношении. Главное, что определяет отношение зрителей к фильму, — это отображение и оценка авторами событий действительности, проблем современности, то, что зритель воспринимает «как-будто реальность». Поэтому высказывание «за» или «против» фильма, «нравится — не нравится» во многом зависит от того, насколько зритель вошел в «экранный мир», в какой мере судьба героев фильма волнует его.

Мы проанализировали 7800 ответов, полученных журналом «Советский экран» на анкету, предложенную в начале 1964 года. Из общего числа ответов, поступивших в редакцию, были отобраны так называемые «неорганизованные», т. е. ответы, на которые не могло повлиять общее мнение, например, итоги зрительских конференций, коллективные обсуждения, коллективно организованные ответы и т. д.

В итоге подсчета было выделено 22 наиболее показательных из общего числа 82 прокатных фильмов этого года. После первичной обработки получены следующие данные (см. табл. 1).

Прежде всего, мы оговоримся, что никак не считаем возможным оценивать фильм только на основе количества поданных «за» и «против» голосов. Такой подход был бы, по нашему мнению, упрощенческим. Но все же нельзя не отметить, что резкая дифференциация успеха фильмов дает весьма устойчивые опорные пункты для оценки реального эстетически воспитательного воздействия.

По соотношению голосов «за» и «против» фильмы могут быть разделены на три группы: общепринятые («Оптимистическая трагедия», «Все остается людям» и др.), общеотвергнутые («Полустанок», «Яблоко раздора») и противоречивые, соб-

Таблица 1

	Название фильма	Количество «за»	% «за»	Количество «против»	% «против»
1.	Оптимистическая трагедия	5545	71,09	3	0,04
2.	Все остается людям	3080	39,49	3	0,04
3.	Три плюс два	2836	36,36	154	1,97
4.	Коллеги	1999	25,63	9	0,12
5.	Каин XVIII	1221	15,65	92	1,18
6.	Иоланта	873	11,19	5	0,06
7.	Большая дорога	843	10,81	8	0,10
8.	Королева бензоколонки	727	9,32	442	5,67
9.	Знакомьтесь, Балувей!	608	7,79	56	0,72
10.	Деловые люди	579	7,42	59	0,76
11.	Серебряный тренер	532	6,82	25	0,32
12.	Приходите завтра	526	6,74	96	1,23
13.	Порожный рейс	500	6,41	16	0,21
14.	Штрафной удар	475	6,09	323	4,14
15.	Утренние поезда	305	3,91	66	0,85
16.	Вступление	301	3,86	16	0,21
17.	Ехали мы, ехали	282	3,62	449	5,76
18.	Я, бабушка, Илико и Илларион	270	3,46	105	1,35
19.	Улица Ньютона, № 1	226	2,90	303	3,88
20.	Когда разводят мосты	30	0,38	204	2,62
21.	Полустанок	14	0,18	376	4,82
22.	Яблоко раздора	15	0,19	422	5,41

равшие относительно много голосов и «за» и «против» («Королева бензоколонки», «Штрафной удар», «Ехали мы, ехали» и «Улица Ньютона, № 1»). Было бы логичным считать, что противоречивые мнения о фильме свидетельствуют о его дискуссионности, проблематичности. Но эти фильмы (кроме четвертого) не содержат ярко выраженной борьбы мнений, не дают оценку каким-либо актуальным жизненным проблемам. Очевидно, споры вокруг этих фильмов были вызваны не содержанием и проблематикой, а художественным качеством. Видимо, противники этих картин не соглашались с их банальной, иллюстративной эстетической концепцией, сторонники, наоборот, считают дешевой развлекабельность и видимую конфликтность постоянными качествами хорошего фильма. Сложнее обстоит дело с фильмом «Улица Ньютона, № 1». При оценке его борются между собой самые различные мотивы. С одной стороны можно предполагать, что часть зрителей оценивает фильм положительно за его кинематографическую экспериментальность, операторские находки, часть зрителей, наоборот, отвергает его, очевидно, именно за эти, по их мнению, неоправданные «трюки», стилизацию под киноправду, претенциозность формы. Но вряд ли отношение к художественной стороне является решающим при оценке этого фильма. Вероятно, многие сторонники, выделяя фильм, исходили из тематики, из того, что в фильме показана близкая им среда, близкие им человеческие типы, а многие противники, наоборот, не нашли в фильме героев своей среды, своего понимания жизни; наверно, то обстоятельство, что фильм собрал больше противников, чем сторонников, объясняется в первую очередь тем, что главный, задуманный как положительный, герой фильма Сувернев претенциозен в своих намерениях, вызывает возмущение своим поведением и т. д.

Почти невозможно учесть полностью мотивировку эстетической оценки, даваемой отдельным зрителем. Ведь каждый конкретный потребитель искусства — это самостоятельная личность со своим характером, наклонностями, убеждениями. Но в нашем распоряжении имеется несколько критериев, которые дают возможность за общестатистическими показателями увидеть более дифференцированное содержание. С этой целью мы постарались выяснить, как влияют отдельные социальные (город, село, профессия) и общечеловеческие (возраст, пол) факторы на выбор любимых

фильмов. После математической обработки данных мы можем указать на успех анализируемых фильмов у разных категорий зрителей.

Прежде чем перейти к конкретному анализу взаимосвязи эстетического вкуса с социальными и общечеловеческими факторами, следует остановиться на некоторых исходных методологических принципах, принятых в этой работе.

Конкретно-социологическое исследование имеет мало практической ценности, если оно ограничивается фиксацией социальных явлений и не прибегает к оценке полученных данных с точки зрения их динамики, не сопоставляет их с более общими тенденциями общественного развития. Это значит: мало констатировать, что один фильм имеет успех у такой-то социальной категории зрителей, а другой этого успеха не имеет. У взаимоотношений зрителей и фильмов своя динамика, свои объективные исторические тенденции. Как разные элементы общественного сознания, содержание художественного произведения и эстетический вкус потребителя искусства отображают одну и ту же историческую действительность, первое в форме конкретных художественных образов, второй — через оценку этих образов. Сложность вопроса заключается в том, что художественная ценность фильма не является чисто потенциальным качеством, она выявляется только в процессе проката. Судить о степени художественности фильма, не имея данных о его реальном успехе у зрителя, рискованно. Но вытекает ли из этого, что прокатный успех автоматически совпадает с высокими художественными качествами фильма? Не всегда. Все зависит от того, какие факторы обуславливали успех фильма, на какие социальные категории опирается успех, содействует или противодействует влиянию фильма социальному прогрессу общества.

Здесь мы вплотную подошли к установлению самых важных, на наш взгляд, социальных критериев успеха фильма. Если динамика показателей сторонников фильма движется в сторону тех социальных характеристик, которые объективно являются признаками социального прогресса общества, то и успех данного фильма говорит о положительности, эффективности его воспитательного воздействия.

Практически это значит, что если фильм поддерживает те объективные изменения в советском обществе, которые отражают движение к коммунизму, воспитывает в зрителях морально-политические качества, способствующие выполнению задач коммунистического строительства, то мы можем считать социальное воздействие данного фильма положительным.

Но можно ли на основе данных о воспитании, о положительных или отрицательных реакциях зрителей сделать вывод об объективной полезности или вредности воздействия фильма? Можно ли, не учитывая идейного содержания фильма и только на материале динамики показателей успеха или неуспеха оценить его художественные достоинства? Нам кажется, что взаимодействие искусства и его потребителей является сложным процессом взаимного влияния, действия и противодействия и было бы в одинаковой степени односторонне выводить все критерии ценности художественного произведения только из объекта или только из воспринимающего субъекта. «Предмет искусства, — а также всякий другой предмет, — создает публику, понимающую искусство и способную наслаждаться красотой. Производство производит поэтому не только предмет для субъекта, но также и субъект для предмета».¹ Марксистский анализ не может рассматривать только одну сторону отношения фильм-зритель как полностью характеризующую всю сущность воздействия киноискусства. Формула «нравится — не нравится» содержит в себе известную ограниченность для широких научных обобщений.

Во-первых, вкусовой оценке присущ определенный момент статичности, привычки, она выражает скорее уже установившийся уровень вкусов, чем его развитие, изменение. Новаторское в искусстве, противодействующее уже сложившимся вкусовым

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс об искусстве, т. I. М., 1957, стр. 171.

представлениям, не всегда сразу находит отклик в сознании зрителя, а завоевывает себе место постепенно.

Во-вторых, в известном смысле «нравится — не нравится» является субъективным высказыванием зрителя о его собственном психическом состоянии. «Нравится» всегда предполагает в какой-то степени положительные эмоциональные реакции: удовольствие, эстетического наслаждения, сочувствия, восторга и т. д. «Не нравится», наоборот, фиксирует обычно раздраженность, неудовольствие, подавленное настроение и т. д. Но эмоциональные реакции могут быть вызваны какими-то второстепенными, случайными компонентами в структуре фильма. И что еще важнее — иногда сам зритель не способен объективно оценить воздействие фильма на самого себя. Он может узнать в поведении отрицательного героя какие-то черты, намекающие на его собственные недостатки, возмущаться, не соглашаться и высказываться о фильме отрицательно, но со временем, часто подсознательно, он воспримет моральный урок, изменит свое поведение по концепции увиденного фильма, сохраняя в памяти воспоминание о нем, как источнике отрицательных эмоциональных реакций. Если через год его спросят, понравился ли ему данный фильм, он ответит отрицательно, хотя объективно, на его реальном поведении уже сказалось положительное воздействие этого фильма.

Однако движение показателей сторонников фильмов по разным социальным категориям уже само способно указать на определенные тенденции успеха, дать довольно вероятные гипотезы о его идейно-художественной ценности. Допустим, что в нашем распоряжении показатели восприятия трех разных фильмов, которых мы сами не видели и не читали о них ни одной рецензии. Успех первого фильма опирается почти равномерно на все социальные категории зрителей; второй фильм лучше воспринимается зрителем высококвалифицированных профессий, более высокого образования, но не имеет успеха у зрителей с начальным образованием, физического, неквалифицированного труда; третий фильм, наоборот, нравится последним, но не котируется у первых. Какой из трех фильмов произвел наибольший общественно-полезный эффект? Нам кажется, что первый. Если фильм объединяет рабочих-строителей и работников искусства, колхозников и студентов, то, следовательно, он затрагивает такие жизненно важные проблемы, которые близки всем, следовательно, художественная форма его понятна народу, далека от примитивизма так же, как от излишней изысканности. Среди анализируемых нами фильмов таким является «Оптимистическая трагедия». Очевидно, такую же социальную характеристику получили в свое время «Баллада о солдате», «Чистое небо» и «9 дней одного года».

Как оценить социальный успех второго и третьего фильмов? Эффект второго фильма по сравнению с первым явно уступает по своей общественной значимости, ему не удалось объединить большинство зрителей, подтянуть относительно отсталый вкус на уровень высокообразованного. В нашем анализе к таким фильмам относятся: «Вступление», «Большая дорога», «Я, бабушка, Илико и Илларион». Очевидно, такими же были «Иваново детство» и «Человек идет за солнцем». Эти фильмы в социальном отношении характеризуют известный отрыв от массовых вкусов, ориентацию на определенные социальные категории, главным образом на техническую интеллигенцию, студентов и работников искусства, но все-таки они положительнее фильмов третьей группы, так как их ориентация совпадает с такими важными процессами в советском обществе, как непрерывное повышение образовательного уровня и трудовой квалификации советских трудящихся. Третьи фильмы рассчитаны на консервативность эстетических вкусов, на сохранение, а не развитие достигнутого интеллектуального уровня. В нашем анализе — это «Королева бензоколонки», «Ехали мы, ехали» и «Штрафной удар». Если фильмам второй группы грозит опасность отрыва от масс, превращение их в «элитарное искусство», то авторов последних можно упрекать в «хвостизме», в стремлении приравливаться к еще, может быть, довольно распространенному, но уже объективно отсталому вкусу.

Естественно, что было бы односторонне свести все критерии к вышеприведенным социальным и общечеловеческим факторам. Для оптимально правдоподобной

картины нам нужен почти беспредельно многокомпонентный их комплекс. Например, где и когда заполнялась зрителем анкета, какой промежуток времени отделяет его от просмотра каждого отдельного фильма, когда он видел оцениваемый фильм, вечером или днем, в воскресенье или будний день, с какой целью он пошел в кино-театр (посмотреть данный фильм или просто развлечься) и т. д. При этом даже общие объективных характеристик не исключает частых отклонений от нормы. Кроме факторов, которые можно выяснить путем анкетного опроса, существует много других трудно поддающихся выяснению факторов, также влияющих на эстетическое сознание человека, на отношение его к художественным ценностям. Задача социологии — определить самые главные тенденции, а именно — общее направление развития кинокусов. Мы можем научно предопределить, например, что фильм, благодаря тем или иным своим общим качествам (тематика, степень сложности, идеологическое направление, модель действия и т. д.), будет положительно встречен той или иной, детерминированной каким-то социальным или общечеловеческим признаком, категорией зрителей. И если нам удастся установить, например, что такой-то фильм имеет относительно больший успех у зрителей социальной категории, удельный вес которой в структуре советского общества постепенно увеличивается, в связи с повышением общего уровня образования, ростом числа высококвалифицированных профессий и т. д., то мы имеем основание дать этому фильму как объекту эстетического восприятия относительно положительную оценку.

Массовое эстетическое сознание — это не механическая совокупность однородных единиц — одинаковых зрительских вкусов, а сложное, интегральное явление, которое имеет свою динамику, свой уровень и направление развития, свою относительную самостоятельность. Сложность уже в том, что массовое эстетическое сознание выступает в двух формах — идеологии и общественной психологии. В художественных произведениях, в сознании художников эстетические оценки формируются в более или менее завершенный комплекс художественных образов, идей и взглядов, что мы и называем эстетической концепцией художественного произведения, т. е. его идеологией. Большинство зрителей, усваивая кинопроизведение, утверждают себя эстетически в форме общественной психологии, т. е. относятся к эстетическому содержанию фильма на основе своих стихийных вкусов, положительных или отрицательных эмоциональных импульсов, своих привычек и настроений. Мы часто слышим: «Это мне нравится» или «это мне не нравится» и гораздо реже встречаем объективно мотивированные объяснения, почему тот или другой фильм, кинематографический образ принимается или не принимается зрителем.

Нельзя отождествлять разграничительную линию между искусством и восприятием его с линией между идеологическим отношением к миру и общественной психологией. Художественное образование, проникновение в тайны искусства постепенно поднимают отношение зрителя к фильму на уровень идеологического отношения. Граница между обоими уровнями общественного сознания не абсолютна. Деление на общественную психологию и идеологию массового эстетического сознания — это, прежде всего, деление по степени развитости, по структуре, а не по направлению, не по содержанию. Вполне может быть, что у зрителя, эстетические взгляды которого находятся на уровне общественной психологии, отношение к фильму более здоровое, социально-прогрессивное, чем у зрителя со своей эстетической системой, своей идеологией. Однако это справедливо только при условии, что сознание первого зрителя отражает общественное бытие человека в общем правильно, а сознание второго — в общем неправильно. В то же время, если идеологическое отношение последнего к фильму основано на правильном осознании объективных закономерностей реального мира, на марксистско-ленинском мировоззрении, то оно всегда выше любого отношения, основанного на средней общественной психологии.

Разными ступенями развития эстетического сознания объясняются и те нередкие споры о новаторских художественных фильмах между кинематографически необразованным большинством и специалистами, знатоками киноискусства. Самым ярким примером этого была (1962 г.) полемика вокруг фильма А. Тарковского «Иваново дет-

ство». В 1963 г. спорили о фильмах: «Я, бабушка, Илико и Илларион», «Вступление», «Большая дорога». Иногда этот спор характеризуют как конфликт профессиональной кинокритики с широкой публикой. Это видимость. Количество сторонников вышеупомянутых кинокартин в абсолютных цифрах довольно многочисленно и объединяет хотя и не большинство всех возможных кинозрителей, но большинство тех категорий зрителей, у которых самые оптимальные объективные предпосылки понимать киноискусство и его специфику как особый вид человеческой созидательной деятельности, зрителей с художественным образованием, высокой интеллектуальностью и широким кругозором. Объективная истина — это не совокупность мнений, а такое знание, содержание которого не может зависеть не только от одного субъекта, но и от множества субъектов. Истина — это совпадение мысли с объектом, а не приравнивание своей мысли к другим мыслям. Хороший эстетический вкус также является не арифметическим средним массовым вкусом, а оптимально правильным отношением субъекта к художественному произведению, отражающему реальность. Если массам зрителей понравится слабый фильм, это еще не свидетельствует о художественности фильма и о том, что зритель эстетически обогатился, посмотрев его. Если же зрители не пошли на новаторский фильм, раскрывающий новые аспекты человеческой действительности, нельзя утверждать, что они поступили правильно. В сущности они добровольно обокрали себя. И если даже они в это время смотрели пустой, развлекательный фильм и получили удовольствие, то это никак еще не свидетельствует о том, что при понимании более художественного фильма они не получили бы более глубокого удовольствия. К. Маркс и Ф. Энгельс создали научное мировоззрение рабочего класса, не подытоживая среднее мнение пролетариата о самом себе, а научно обрабатывая объективные данные о его положении, так и киноведение, как наука о киноискусстве, призвана указать кинозрителям пути более глубокого эстетического усвоения кинематографических ценностей от простого к сложному, от стихийности к системе, от развлечения к богатому переживанию.

*

Прежде чем непосредственно перейти к анализу влияния некоторых социальных и общечеловеческих факторов на эстетический вкус зрителя, надо оговориться, что наши выводы на данной стадии исследования не могут претендовать на абсолютно достоверное установление картины эстетических кинокусов в советском обществе. Пока у нас слишком мало данных для этого. Нашу главную задачу мы видим в постановке нескольких актуальных вопросов воздействия киноискусства. Приведенные данные носят характер предварительного эксперимента, а положительные выводы мы рассматриваем как более или менее вероятные гипотезы, которые должны быть подтверждены дальнейшей тщательной научной проверкой уже на более представительном и дифференцированном материале.

Зависимость эстетического вкуса от профессии

Сознание человека, его убеждения и привычки, идеология и общественная психология являются продуктом его общественного положения, отражением его исторического бытия. Самый важный фактор, формирующий личность человека, — это его определенное место в системе общественного производства, роль общественной организации труда, способы получения и размеры той доли общественного богатства, которой он располагает. В советском обществе личность складывается на базе общности средств производства в условиях общенационального государства. Это значит, что происходит постепенное сближение рабочих и интеллигенции, города и села. Но с другой стороны было бы ошибочным отождествлять процесс политической консолидации советского народа с нивелированием личности, формированием стандартного духовного облика, среднего эстетического вкуса. Именно коммунистические общественные отношения дают простор проявлению творческих сил каждого человека как

самостоятельной, неповторимой личности. Однако формирование каждой конкретной личности во многом зависит от своеобразия профессии, от трудовой квалификации, степени организационной ответственности на производстве, от размеров и характера трудового коллектива.

Чтобы определить самые общие различия в эстетическом вкусе разных профессиональных групп, мы установим математическую зависимость успеха анализируемых фильмов от принадлежности зрителей к тому или иному виду трудовой деятельности.

При анализе данных выяснилось, что с одной стороны, кроме «Оптимистической трагедии», нет фильма, имевшего бы равный успех у всех профессиональных групп, но, с другой стороны, нет и таких фильмов, которые собирали бы сторонников только среди одной или даже нескольких категорий зрителей. Мы можем говорить о преимущественном успехе фильма у тех или иных групп, но не можем разделить фильмы на «студенческие» или «пензионерские», на «инженерно-технические» или «домохозяйские». Так, например, по нашим данным, наибольшим успехом у рабочих пользовался фильм «Утренние поезда». 11,2% общего числа поданных за фильм голосов падает на рабочих (среди анкетированных 7,5%). Но фильм отмечают и зрители других категорий: по относительным данным, фильм завоевывает первое место среди научных сотрудников и преподавателей вузов (3,9% и 2,4%) и второе место среди технической интеллигенции (19,3% и 12,6%). Однако относительно большой успех фильма у вышеприведенных категорий зрителей не является еще признаком его абсолютного успеха. Так, сторонников «Утренних поездов» не так уж много даже среди тех категорий зрителей, которые предпочитают фильм, по сравнению с другими категориями. Фильм собирает 2,3% общего числа поданных за все 20 анализируемых по сторонникам фильма голосов у рабочих и научных сотрудников, а 2,1% — у инженерно-технических работников. Относительный успех его во многом обусловлен неуспехом у зрителей остальных категорий. Фильм совсем не нравится педагогам и пенсионерам (0,5% от общего числа поданных этими категориями голосов) и не особенно котируется у обслуживающего персонала (1,5%) и учащихся средних школ (1,0%).

Таким образом, мы имеем данные «относительного» и «абсолютного» успеха. Для характеристики определенной категории зрителей при научных выводах целесообразно в первую очередь исходить из данных относительного успеха, из того, что отличает одни категории зрителей от других, в чем заключается своеобразие эстетического вкуса тех или иных групп зрителей. Для характеристики кинопродукции в целом более показательны данные «абсолютного» успеха, представляющие материал для выводов об общем уровне эстетических вкусов, о том, что объединяет отдельные категории зрителей.

Среди анкетированных: 7,5% рабочих, 12,6% инженерно-технических работников, 7,2% нетехнической интеллигенции, например административные работники, библиотекари, 4,6% педагогов, 2,4% научных сотрудников и преподавателей вузов, 10,7% обслуживающего персонала, 9,1% студентов, 36,0% учащихся средних школ и 4,7% учащихся техникумов. Кроме того, представлены еще как самостоятельные группы зрителей колхозники и домохозяйки, но их численность слишком невелика для более или менее достоверных обобщений. Всех анализируемых зрителей объединяют два признака: во-первых, все они — читатели журнала «Советский экран» и, во-вторых, добровольно самовыборочно ответили на анкету. Следовательно, анкетированные сами образуют определенную группу, определенную детерминированную часть зрителей. Но выражает ли эта часть мнение всего народа? И если нет, то в чем своеобразие этой группы по сравнению с остальной частью кинозрителей? Пока мы не в силах ответить на эти вопросы категорически. Мы можем только предполагать, что при почти поголовной грамотности советского народа и популярности журнала опросом охвачены самые широкие слои населения. Чтобы получить более точную картину массовых киновкусов, нужны дальнейшие исследования, нужны данные самой оптимальной представительности. Но все-таки мы считаем, что на некоторые довольно устойчивые тенденции способны указать и наши данные. Вряд ли изменятся отно-

сительные отличия между вкусами разных социальных и общечеловеческих групп при расширении круга анкетированных. Если бы в нашем распоряжении были не 7800 анкет читателей «Советского экрана», а гораздо более представительные ответы, то, очевидно, «Утренние поезда» понравились все же больше рабочим и инженерно-техническим работникам, чем педагогам и учащимся средних школ. Нам кажется, что довольно распространенное мнение о «непредставительности» и «исключительности» тех зрителей, которые добровольно отвечают на опросы или пишут письма в редакции журналов, основывается на непонимании специфики психологической и социальной характеристик человека. Оценить стремление зрителя в той или иной форме выразить свое отношение к тем или иным художественным ценностям как отличительную черту, отделяющую и по всем другим признакам группу «пишущих» от группы «непишущих», значит принять второстепенное психологическое качество (стремление к письменному самовыражению) за первостепенный социальный определитель личности. Очевидно, факторы самовыборочности и чтения журнала не так уж значительны, чтобы стирать или искажать картину зависимости эстетического вкуса от таких первостепенных социальных определителей человека, как специфика его общественно-трудовой деятельности.

Попытаемся дать характеристику анализируемым фильмам в зависимости от его успеха у разных по профессии групп зрителей.

«Все остается людям» — при довольно большом успехе у всех категорий зрителей фильм собирает сторонников относительно неравномерно. Больше всего фильм нравится научным сотрудникам (18,6% от общего числа поданных данной категорией голосов) и меньше всего — учащимся техникумов (11,6%). Высокую оценку он получил также у инженерно-технических работников, студентов и педагогов, рабочие и обслуживающий персонал воспринимают фильм почти в рамках средней нормы (относительное количество анкетированных по этим категориям более или менее совпадает с относительным количеством поданных за фильм голосов), успех фильма у учащихся средних школ еще скромнее (12%).

«Три плюс два» при относительно большом успехе у всех категорий зрителей, кроме пенсионеров (число данной категории анкетированных от общего числа 1,1%, за данный фильм только 0,56%), явно предпочитают зрители определенных категорий. Так, учащиеся средних школ составляют 44,6% его сторонников (вообще учащихся среди анкетированных 36,0%), зато у рабочих и интеллигенции успех этого фильма значительно ниже нормы (5,8%—7,5% и 22,9%—27,8%). Студенты, учащиеся техникумов и обслуживающий персонал воспринимают его почти в границах нормы.

Кинофильм «Коллеги» при относительно большом и равномерном успехе у всех категорий зрителей выявляет некоторые труднообъяснимые отклонения от нормы. Но большее количество его сторонников среди учащихся средних школ (9,3% от общего числа голосов данной категории зрителей) и техникумов (11,9%), успех у студентов ниже средней нормы (8,1%). Относительно много сторонников фильма среди технической интеллигенции (15,2% поданных за фильм голосов подает на данную категорию зрителей, хотя их вообще среди анкетированных 12,6%), при этом остальная интеллигенция и рабочие воспринимают фильм немного ниже нормы.

«Каин XVIII», получивший относительно хорошее место среди анкетированных фильмов, собирает своих сторонников довольно неравномерно. Особенную популярность завоевал фильм среди научных сотрудников и преподавателей вузов (9,0% от общего числа поданных данной категорией зрителей голосов), а особенную непопулярность — среди домохозяек (только 2,4%) и учащихся техникумов (4,1%). Выше средней нормы воспринимают фильм все группы интеллигенции, кроме педагогов. Высоко котируется он у студентов, не особенно высоко у обслуживающего персонала и школьников (немножко ниже нормы) и почти не имеет успеха у рабочих (5,6% голосов «за», хотя среди анкетированных их 7,5%).

«Иоланта» получает почти равномерное количество (в среднем 4—5%) голосов по всем категориям зрителей. Единственными ощутимыми отклонениями от нормы

является относительный неуспех фильма у научных сотрудников и преподавателей вузов (3,7%), учащихся техникумов (2,6%) и рабочих (3,1%).

«Большая дорога» при общем среднем успехе котируется выше нормы у всех категорий интеллигенции, кроме педагогов (за фильм голосуют 3,5% при общем количестве среди анкетированных 4,6%). У рабочих, учащихся техникумов и обслуживающего персонала (все эти категории вместе дадут за фильм 16,0% голосов, но составляют 22,9% анкетированных) фильм успехом не пользуется. Особенно высокую оценку ему дают студенты и работники искусства. Учащиеся средних школ воспринимают фильм почти в соответствии со средней нормой (37,6% голосуют за фильм при общем относительном количестве 36,0%).

Во многом подобную, но во многом и противоположную «Большой дороге» характеристику получают фильмы «Королева бензоколонки», «Серебряный тренер», «Штрафной удар» и «Ехали мы, ехали». Они оцениваются относительно высоко рабочими, обслуживающим персоналом (кроме «Ехали мы, ехали») и учащимися техникумов, а относительно низко всеми категориями интеллигенции, кроме педагогов («Серебряный тренер» собирает 5,6%, «Ехали мы, ехали» — 5,0%, «Штрафной удар» — 5,9%, «Королева бензоколонки» — 4,8% от общего числа голосов педагогов, хотя они составляют 4,6% общего числа анкетированных). Почти проваливаются перечисленные фильмы у студентов и работников искусства (кроме «Ехали мы, ехали», собравшего 1,1% голосов последней категории зрителей при 1,0% работников искусства среди анкетированных). Школьники предпочитают «Ехали, мы ехали» и «Штрафной удар». «Серебряный тренер» воспринимается ими в рамках нормы, а «Королева бензоколонки» ниже ее (33,3% при 36,0% школьников от общего количества анкетированных).

Крайне неравномерен успех фильма «Знакомьтесь, Балуев!». По нашим данным, у него почти нет сторонников среди работников искусства, весьма мало среди научной интеллигенции и студентов (6,9% голосов за фильм, хотя они составляют 11,5% анкетированных). Более или менее в границах нормы воспринимают фильм инженерно-технические работники и нетехническая интеллигенция (врачи, административные работники, библиотекари и т. д.). Основной успех фильм завоевывает у рабочих, педагогов, обслуживающего персонала и учащихся техникумов (составляющих 27,4% от анкетированных, они отдают 38,8% от всех поданных за фильм голосов). Школьники воспринимают фильм ниже средней нормы (30,3% и 36,0%).

Основной успех фильма «Деловые люди» опирается на инженерно-технических работников и студентов (составляя 21,7% анкетированных, они дают 34,9% всех поданных за фильм голосов). Относительно успешно идет фильм и у рабочих (7,5% и 8,2%), но не имеет успеха у научных сотрудников, обслуживающего персонала, педагогов и учащихся техникумов и средних школ. Фильм оценивается несколько выше нормы у работников искусства.

«Приходит завтра» является единственным фильмом, который при небольшом абсолютном успехе собирает относительно в одинаковой мере сторонников среди всех категорий интеллигенции выше средней нормы (вообще среди анкетированных представителей интеллигенции 27,8%, за фильм голосуют 35,7%). Воздействие фильма своеобразно еще и в другом отношении. Он — единственный среди анализируемых, который объединяет в одинаковой степени все категории зрителей-учащихся: студентов вузов и техникумов, школьников (вообще учащихся 49,8%, а за фильм только 35,7%). Не котируется фильм и у рабочих (7,5% и 5,7%), особенно высоко котируется у обслуживающего персонала (10,7% и 16,4%).

Своеобразным соединителем вкусов рабочих и интеллигенции является и фильм «Порожний рейс», который не имеет успеха у обслуживающего персонала и учащихся, исключая студентов, высоко оценивающих фильм.

Противоречивые тенденции успеха у фильмов «Вступление» и «Я, бабушка, Илико и Илларион». Абсолютный успех их невелик, но то количество голосов, которое они получают, разделяется весьма непропорционально между разными категориями зрителей. Особенно предпочитают фильмы работниками искусства (хотя их среди ан-

кетируемых относительно мало, только 1,0% от общего числа анкетированных, составляют они 2,3% сторонников «Вступления» и 3,0% сторонников «Я, бабушка, Илико и Илларион»). Второй категорией, высоко оценивающей фильм, являются студенты и научная интеллигенция (их вообще 11,5%, но они составляют 18,7% сторонников «Вступления» и 17,8% сторонников «Я, бабушка, Илико и Илларион»). Выше нормы оценивают оба фильма и школьники. У всех остальных категорий зрителей названные фильмы относительного успеха не имеют. Особенно слабо воспринимают фильм «Я, бабушка, Илико и Илларион» педагоги (среди анкетированных 4,6%, среди сторонников — 2,2%).

«Улица Ньютона, № 1» при небольшом абсолютном успехе собирает относительно больше сторонников среди технической интеллигенции, студентов и учащихся техникумов, у остальных категорий зрителей фильм почти не имеет успеха.

Попытаемся подытожить наш анализ в форме таблицы (см. табл. 2), где знак «+» обозначает относительный успех фильма у данной категории зрителей, знак «-» относительный неуспех, а знак «=» — успех в рамках средней нормы.

Таблица 2

	Рабочие	Инженерно-технические работники	Научные сотрудники преподаватели вузов	Интеллигенция	Работники искусства	Педагоги	Обслуживающий персонал	Домохозяйки	Пенсионеры	Студенты	Учащиеся техникумов	Учащиеся средних школ
Оптимистическая трагедия	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=
Все остается людям	=	+	+	+	=	+	=	=	=	+	=	+
Три плюс два	=	+	+	+	=	+	=	=	=	+	=	+
Коллеги	-	+	-	-	-	=	=	-	-	-	+	+
Канн XVIII	-	+	+	+	+	=	=	=	+	+	=	=
Иоланта	-	=	=	=	=	+	=	+	+	=	-	=
Большая дорога	-	+	+	+	+	+	=	+	+	+	-	=
Королева бензоколонки	+	=	-	=	-	=	+	=	=	-	+	-
Знакомьтесь, Балуев!	+	=	-	=	-	+	+	=	=	-	+	-
Деловые люди	+	+	-	-	+	+	+	+	=	+	-	-
Серебряный тренер	+	-	-	-	-	+	+	+	+	=	+	=
Приходите завтра	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-
Порожний рейс	+	+	+	+	=	+	+	+	+	+	-	-
Штрафной удар	+	-	+	+	=	+	=	=	-	-	+	+
Утренние поезда	+	+	+	-	=	-	=	-	-	+	+	-
Вступление	-	-	+	-	+	-	=	+	=	+	+	-
Ехали мы, ехали	+	-	=	-	=	+	-	+	+	+	+	+
Я, Бабушка, Илико и Илларион	-	+	+	=	+	-	=	-	+	+	-	=
Улица Ньютона, № 1	=	=	-	-	-	-	=	-	-	+	+	-

Каков общий уровень эстетических вкусов различных социальных групп? Каковы общие тенденции его развития? Чтобы ответить на эти вопросы с абсолютной достоверностью, мы должны были бы располагать всеохватывающими социологическими данными за несколько лет. Пока мы можем сделать только некоторые дедуктивные выводы. Тот факт, что такие высокоидейные произведения киноискусства как «Оптимистическая трагедия» и «Все остается людям» имеют наибольший абсолютный успех среди всех категорий зрителей, дает нам повод заключить, что, если фильм затрагивает жизненно важные, волнующие всех советских людей проблемы, он находит отклик в широких массах зрителей. Сравнительные материалы об успехе в прош-

лые годы таких общепризнанных шедевров советского киноискусства как «Чистое небо» или «Коммунист» дали бы нам динамику развития массового эстетического сознания, позволили бы установить, насколько углубляется и расширяется эстетическо-воспитательное воздействие кинематографа.

С несколько большей достоверностью на основе наших материалов можно заключить об относительной специфике киновкусов различных социальных групп. Нарисованная выше картина свидетельствует о довольно сложной дифференциации эстетических вкусов, о весьма ощутимой зависимости оценок от принадлежности зрителя к той или иной социально-профессиональной группе.

К сожалению, на анкету ответило слишком незначительное количество колхозников и работников совхозов. Поэтому мы можем сравнительно охарактеризовать более или менее достоверно эстетические вкусы только рабочих и трудовой интеллигенции. Видимо, специфика физического и умственного труда и вытекающий отсюда разный характер общественно-производительной деятельности все еще существенно влияет на эстетическое сознание человека. Так, многие фильмы, которые имеют успех у рабочих, не оцениваются высоко интеллигенцией или наоборот. Довольно резко расходятся мнения по фильмам «Большая дорога», «Королева бензоколонки», «Серебряный тренер», «Штрафной удар», «Я, бабушка, Илико и Илларион». Но вкусовые различия далеко не абсолютны.

Рабочие и интеллигенция в целом или по отдельным категориям находят общий язык при оценке картин «Все остается людям», «Порожний рейс», «Утренние поезда». Видимо, у интеллигенции несколько больше предпосылок оценить чисто художественные качества фильмов. Отсюда и повышенная требовательность к кинематографическому мастерству и осуждение таких банальных иллюстративных фильмов, как «Королева бензоколонки» или «Серебряный тренер». Но относительный успех некоторых художественно слабых фильмов у рабочих еще не говорит о принципиальном предпочтении ими художественно упрощенных, развлекательных фильмов. Успех фильмов «Порожний рейс» и «Утренние поезда», которые никак нельзя упрекнуть в кинематографическом невежестве, свидетельствует о том, что тематические соображения при оценке фильмов (действующие лица обеих картин рабочие) преобладают у рабочих над эстетическо-художественными.

И наоборот, симпатию интеллигенции завоевали многие фильмы («Большая дорога», «Я, бабушка, Илико и Илларион», «Каин XVIII» и др.), которые выделяются своими интересными художественными решениями, но не затрагивают связанных с их жизнью проблем. Стремление зрителей-рабочих получить в кино ответы на интересующие их вопросы на материале их собственной жизни, жизни рабочего класса, кажется, больше, чем у интеллигенции, которая более способна эстетически осваивать картины, основанные на общем, отдаленном от них по тематике материале. Но это пока только предположение. Чтобы точнее определить, почему те или иные социальные группы предпочитают те или иные фильмы, необходимо привлечь к общему анализу данные о мотивировках, разделить фильмы по разным содержательным признакам (тема, структура образов, характер и место действия и т. д.) и установить при помощи факторного анализа значимость каждого компонента фильма, влияющего на его успех у разных категорий зрителей.

Заканчивая сравнение данных о вкусах рабочих и интеллигенции, хочется специально подчеркнуть, что наиболее важны именно общие для них моменты, как, например, симпатия к кинофильмам «Утренние поезда» и «Порожний рейс». Интересные художественные решения, новая, свежая постановка вопроса — все это отнюдь не отталкивает рабочих от этих кинофильмов. В процессе культурно-технического сближения рабочих и технической интеллигенции стираются постепенно и различия в их эстетических вкусах.

Очевидно, многие фильмы предпочитают или отвергаются разными социальными категориями по различным мотивам. Так, «Вступление», вероятно, получает высокую оценку у школьников из-за темы, вызывающей к себе интерес в первую очередь показом судеб сверстников зрителей, научных сотрудников и студентов подкупает в

большей степени сложность художественной формы, философский подтекст фильма. «Утренние поезда» не завоевал симпатии школьников очевидно потому, что тех, кому еще нет 15—16 лет, содержание фильма просто не интересует (выйти или не выйти замуж!), а педагоги отвергают фильм не потому, что они индифферентны к подобным проблемам, а считают их решение в фильме неправильным, не продуманным с точки зрения воспитательного эффекта. Таких примеров можно привести много. Но задача социологического анализа — не столько выяснение отдельных случаев социальных детерминаций, сколько выявление общих закономерных тенденций. Ограниченность нашего материала не позволяет пока создать правдоподобную картину воздействия разных ценностных компонентов всей годовой кинопродукции на оценку (предпочтение или отвержение) отдельных фильмов отдельными детерминированными группами зрителей.

Специфический предмет нашего исследования — взаимодействие киноискусства и сознания, психики человека — предполагает свою собственную классификацию, формирование групп зрителей по типу, своеобразию восприятия, по уровню эстетических киновкусов. Эти группы не всегда совпадают с какими-то определенными социальными категориями зрителей. Так, например, по предпочтению разных эстетических систем, разных методов воспитательного воздействия зрителей можно разделить на две группы. Некоторые из них склонны высоко оценивать так называемые «открытые структуры» фильмов, которые не решают поставленных проблем в самом произведении, а предоставляют возможность думать, искать самостоятельно те или иные решения. Более или менее отвечают этим требованиям «Каин XVIII», «Большая дорога», «Утренние поезда», «Я, бабушка, Илико и Илларион» и «Вступление». Другая часть зрителей предпочитает фильмы «закрытых образных структур», где поставленные проблемы решены авторами до конца, а все выводы ясны уже во время просмотра из самого поведения четко очерченных положительных или отрицательных героев. Такими фильмами являются «Знакомьтесь, Балуев!», «Королева бензokolонки» и «Штрафной удар». Первую часть зрителей составляют преимущественно инженерно-технические работники, научные сотрудники и студенты. Вторую — обслуживающий персонал, учащиеся техникумов и педагоги.

Насколько иногда трудно предвидеть воспитательное значение фильма, можно доказать на успехе фильма «Коллеги». По своему замыслу и тематике фильм должен был оказать самое сильное воздействие на студентов, на молодых специалистов с высшим образованием. Наши данные показывают, что наибольшим успехом фильм пользовался у школьников и учащихся техникумов. Студенты выделяют его ниже средней нормы. Относительно не успешно прошел фильм и среди той группы интеллигенции, куда включены медики (за фильм 6,1% голосов, хотя их среди анкетированных 7,2%), зато техническая интеллигенция, представителей которых нет в числе действующих лиц фильма, поддерживает картину (за фильм 15,2%, среди анкетированных 12,6%).

Идейно-воспитательное воздействие фильма — это сложный комплекс тонких психологических явлений, требующих самого тщательного научного исследования. Всякие схематические и опрометчивые выводы могут только внести путаницу и объективно повредить задачам коммунистического воспитания. Пока мы в состоянии указать лишь на необходимость учета профессии при изучении воспитательного эффекта киноискусства. Точную картину закономерностей взаимодействия фильмов и социальных групп могут дать последующие исследования.

Зависимость эстетического вкуса от пола

На основе наших данных все фильмы можно разделить на три группы при дифференциации сторонников по половому признаку.

1. Фильмы, понравившиеся представителям обоих полов, — «Оптимистическая трагедия», «Все остается людям», «Коллеги» и т. д.

2. Фильмы, собравшие больше сторонников среди женщин, — «Иоланта» (4,6% : 2,3%), «Королева бензоколонки» (3,4% : 3,0%), «Серебряный тренер» (2,8% : 1,5%), «Приходите завтра».

3. Фильмы, понравившиеся преимущественно мужчинам: «Большая дорога» (4,3% : 3,8%), «Знакомьтесь, Балувей!» (3,4% : 2,6%), «Деловые люди» (4,2% : 2,2%), «Порожний рейс» (3,3% : 2,0%), «Штрафной удар» (2,8% : 2,0%).

При этом разница в относительном количестве сторонников по некоторым фильмам («Иоланта», «Деловые люди», «Серебряный тренер», «Знакомьтесь, Балувей!») так велика, что мы вправе указать на некоторые существенные, на наш взгляд, психологические причины, влияющие на эстетический вкус женщин и мужчин. Видимо, первые тяготеют больше к фильмам, которые воздействуют главным образом на эмоции, вторые же увлекаются динамичностью, событийностью действия. Первые предпочитают относительно больше лично психологическую, вторые — социально-философскую проблематику. И в противовес распространенным на Западе фрейдистским положениям о том, что выбор любимых фильмов диктуется в первую очередь сексуальными стимулами, следует указать на факты, которые доказывают, что социальная обусловленность выбора гораздо значительнее. Так, женщины предпочитают фильмы с женщинами в главных ролях, а мужчины — фильмы с главными мужскими ролями. Очевидно, при таких принципах выбора социально-эстетические мотивы преобладают над сексуально-психологическими, что, конечно, свидетельствует об отсутствии какой-либо патологичности всей массы зрителей.

Какие практические выводы можно сделать при рассмотрении влияния половой принадлежности зрителей на успех фильма? Во-первых, при прокате необходимо учитывать процентное соотношение мужчин и женщин в каждом отдельном микрорайоне проката (например, преобладание зрителей-женщин в текстильных городах, мужчин — в шахтерских). Кроме того, при пропаганде в тематической рекламе надо подчеркнуть то характерное в фильме, что обеспечит ему успех в аудитории с преимущественным составом или мужского, или женского населения. Во-вторых, нам кажется, что ни при тематическом планировании производства фильмов, ни при их прокате нельзя игнорировать то обстоятельство, что женщины составляют большинство зрителей. По нашим данным, соотношение зрителей мужчин и женщин составляет 1 : 2,5. Это значит, что для удовлетворения эстетических запросов масс зрителей при производстве фильмов следует увеличивать удельный вес тех их качеств, которые отвечают вкусам зрителей-женщин. Конечно, эта тенденция не должна быть чрезмерна. Ведь большую часть людей, не посещающих кино, составляют мужчины и, следовательно, потенциальное увеличение кинопосещений во многом зависит от того, насколько удастся привлечь внимание мужского зрителя сильными, динамичными, мужественными фильмами. При всем этом не следует забывать, что успех многих высокохудожественных фильмов не зависит от полового фактора.

Зависимость эстетического вкуса от возраста

Влияние возраста на вкус зрителя наиболее бесспорно. Оно является и наиболее важным общечеловеческим фактором, который следует учитывать при производстве и прокате фильмов. Обычно этот фактор учитывается. Так, например, при некоторых киностудиях созданы специальные объединения по производству детских и юношеских фильмов, организуются специальные детские киносеансы, определенное количество фильмов запрещается для детей до 16 лет и т. д. Наши данные показывают, что дифференциация эстетического вкуса по возрастному признаку гораздо сложнее. Фильмы не разделяются столь уж прямолинейно на детские и недетские, молодежные и немолодежные. При сравнении относительного успеха у разных возрастных групп фильмов можно разделить с большей или меньшей точностью на следующие категории:

1. Фильмы, на успех которых не влияет возрастной фактор. Это «Оптимистическая трагедия»; почти одинаковым успехом у всех возрастных групп с некоторыми отклонениями в сторону крайних групп пользовались «Иоланта» и «Кайн XVIII».
2. Фильмы молодежно-юношеские (максимальный успех до 24 лет): «Вступление» и «Три плюс два».
3. Молодежные фильмы (с 17 до 30 лет): «Утренние поезда», «Улица Ньютона, № 1», «Большая дорога», «Деловые люди».
4. Фильмы молодежи и среднего возраста (с 19 до 40): «Я, бабушка, Илико и Илларион» и «Порожний рейс».
5. Фильмы среднего и старшего возраста (с 25 и старше): «Все остается людям», «Знакомьтесь, Балуев!» и «Приходите завтра».
6. Фильмы юношеского и взрослого возраста (до 14 лет и начиная с 30 и старше): «Королева бензоколонки», «Штрафной удар», «Ехали мы, ехали», «Серебряный тренер».

Из вышесприведенного можно сделать весьма интересные практические выводы. Во-первых, по-видимому, не совсем оправдывает себя разделение зрителей на 16-летних и старше. Даже при восприятии таких относительно сложных фильмов, как «Оптимистическая трагедия» и «Все остается людям», соседние возрастные группы 15—16 и 17—20-летних не выявляют существенной разницы между собой, хотя на рубеже этих групп, т. е. в 16—17 лет, происходят важные изменения в жизни молодежи (окончание школы, начало самостоятельной жизни). Зато довольно резкие изменения в эстетическом вкусе заметны при переходе из первой возрастной группы (в основном с 10 до 14 лет) во вторую. Если относительно слабые фильмы («Королева бензоколонки», «Серебряный тренер», «Штрафной удар», «Ехали мы, ехали») положительно оцениваются первой группой, то вторая группа оценивает их отрицательно. Это обстоятельство дает право утверждать, что возраст 15—16 лет является переломным при формировании эстетических вкусов.

Наш вывод подтверждает и школьная практика. Именно в 8 и 9 классах происходит резкий перелом в психике школьника, переход от детства к более зрелому возрасту; усиливается интерес к миру, стремление определить свое место в обществе; центр тяжести, ответственность за свою судьбу переносится все в большей мере на собственные усилия, на свой личный опыт. В этом ускоренном процессе становления личности искусству принадлежит немаловажная роль. Особая чуткость к художественным впечатлениям, подражание героям произведений искусства достигает максимальных размеров. Идеалы прекрасного обретают известную качественную определенность и не подвергаются существенным изменениям в дальнейшей жизни.

Во многом эстетической революции в сознании школьника содействуют уроки литературы, занятия в кружках художественной самодеятельности. Но, как это ни странно, самый важный фактор художественного воздействия современности — кинематограф — остается до сих пор почти вне внимания педагогики. Ничем иным, как полнейшим игнорированием реальных задач эстетического воспитания, нельзя объяснить то обстоятельство, что в школьных программах почти выпускается из виду самое массовое искусство — кино. Введение в школьные программы специального курса основ киноискусства, расширение сети молодежных кино клубов и т. д. является неотложной задачей, от решения которой в значительной степени зависит развитие массового эстетического сознания подрастающего поколения. Нельзя забывать и о том, что каждый второй кинозритель (47% по нашим данным) — это человек, которому еще не исполнилось двадцати лет.

Второе важное обстоятельство, которое бросается в глаза при анализе зависимости вкуса от возраста, — это парадоксальная шестая группа фильмов, объединяющая детского и взрослого (старше 30 лет) зрителя. Так как именно слабым отвергнутым кинокритикой фильмам свойственна черта собирать сторонников среди крайних возрастных групп, у нас налицо некоторые основания отметить падение эстетического вкуса с возрастом как закономерную тенденцию. Но этому противоречит успех у пожилых зрителей таких высокохудожественных фильмов, как «Иоланта» и «Все

остаётся людям». Следовательно, явление оказывается более сложным. Нам кажется, что источник его в сплетении многих разнородных факторов. Так, эстетический вкус старшего поколения зрителей во многом формировался под воздействием таких фильмов времен культа личности, как «Кубанские казаки», «Падение Берлина» и др. с характерными для них штампами, социологической схематизацией и т. д. Этим, пожалуй, объясняется относительный успех такого умозрительного, риторического фильма, как «Знакомьтесь, Балуюв!» у зрителей пожилого возраста. Однако влияние дурных кинематографических штампов, очевидно, не самая главная причина. Сам процесс старения человека, укрепления определенного стереотипа, некоторое замедление нервных реакций влечет за собой уменьшение восприимчивости к новым художественным решениям. Этим, пожалуй, и объясняется отрицательное отношение пожилого зрителя к таким фильмам, как «Вступление» и «Улица Ньютона, № 1». Но в то же время возрастает чуткость к глубоким философским проблемам, требовательность к художественной правде, подкрепленная богатым жизненным опытом. Об этом свидетельствует прогрессирующий с увеличением возраста зрителя успех фильма «Все остаётся людям», насыщенного серьезными размышлениями о смысле жизни, но не отличающегося новаторскими кинематографическими решениями.

Зависимость эстетического вкуса от частоты посещения кинотеатра

Характер наших данных позволяет выяснить влияние количества просмотренных советских фильмов на выбор любимого фильма. Логично было предположить, что редко посещающие кинотеатр зрители случайно и без знания дела выделяют свои любимые фильмы. Анализ данных подтвердил наше предположение. Но к этому общедоступному, не требующему специальных исследований выводу прибавилась еще одна интересная более завуалированная тенденция. Когда мы попытались сравнить успех трех бесспорно высокохудожественных фильмов («Оптимистическая трагедия», «Все остаётся людям», «Большая дорога») с успехом слабых, рассчитанных на неразвитый эстетический вкус («Ехали мы, ехали», «Штрафной удар», «Королева бензocolонки»), учитывая именно частоту посещения, то выяснилось, что первые фильмы меньше всего сторонников собирали среди тех зрителей, которые просмотрели за год или мало (до 20), или слишком много (выше 60) кинокартин, сторонники слабых фильмов, в основном, относились к крайним группам по посещению. Аналогичную с первой группой фильмов характеристику получают также фильмы «Июланта» и «Вступление». Противоположная тенденция подтверждается на фильмах «закрытой обрaзной структуры» — «Знакомьтесь, Балуюв!» и «Серебряный тренер».

Противоречивые тенденции выявляются при анализе восприятия фильмов «Порожний рейс», «Я, бабушка, Илико и Илларион», «Улица Ньютона, № 1». Но частные отклонения от общей картины не противоречат основному выводу: эстетический вкус выше у тех зрителей, которые посещают кинотеатр регулярно, в рамках средней нормы, т. е. просматривают 30—65% годовой отечественной продукции; посещающие слишком редко (до 30% от годовой продукции) или слишком часто (с 65 до 100%) обнаруживают явно более низкий эстетический вкус.

Практически это означает, что неразборчивость, терпимость почти ко всем фильмам, пристрастие к кинозрелищу как таковому, т. е. «киномания», в такой же мере противопоказана развитию вкуса, как и «кинофобия» — редкое, случайное посещение кинотеатра. Нам кажется, что из описанных пороков наименьшим является все-таки первый — «киномания», так как от него обычно «излечиваются» повзрослением, интеллектуальным развитием и т. д. Но тем не менее было бы неправильно ориентироваться в прокатной политике на «киноманов», так как это противоречило бы воспитательным задачам киноискусства. Считать идеальным зрителя, который с одинаковым увлечением идет на все фильмы, было бы пренебрежением к индивидуальности, к интеллектуальному развитию каждого зрителя.

Главная задача — привлечь в кинотеатр тех, кто очень редко посещает его. В этом в то же время заинтересована и основная масса кинозрителей, которые в среднем смотрят каждый второй-третий отечественный фильм. Таких зрителей по нашим данным 70—75%, но по общим данным проката, очевидно, гораздо меньше. Оптимальным решением данной проблемы было бы предоставление зрителю возможности выбирать из общего количества фильмов именно те, которые максимально соответствуют его интересам. Эта проблема, конечно, неразрешима без учета многих других социальных и общечеловеческих факторов, но уже вышеприведенные данные указывают на необходимость дифференциации тематического планирования, пропаганды и рекламы всей кинопродукции. Социально продуманная направленность проката, как мы видим уже из предшествующего анализа, дала бы больше эффекта, укрепила бы гармоничное взаимоотношение фильма и зрителя, уменьшила бы количество разочарований, которые отталкивают зрителя от киноискусства.

*

Нам представляется, что для эстетического воспитания населения следует особо анализировать фильмы, которые завоевывают симпатии почти всех категорий зрителя, так как они являются наиболее показательными при изучении секрета успеха фильмов вообще. Очевидно, они соединяют в себе такие эстетические качества, которые обычно присущи порознь некоторым другим фильмам, например, сочетание психологической глубины с социальной широтой, серьезности затрагиваемых проблем с увлекательностью, эмоционального напряжения с высокой интеллектуальностью. Но было бы неправильно требовать от всех фильмов одинакового удовлетворения эстетических запросов всех категорий зрителей. В богатой человеческой действительности много таких проблем, которые представляют жизненный интерес только для отдельных категорий зрителей. Советское кинематографическое производство достигло уже таких размеров, что вполне возможно согласовать прокатно-финансовые интересы с тематическим и эстетическим разнообразием фильмов. Нам кажется, что жанрово-тематическая дифференциация производства более оптимально соответствовала бы интересам зрителей, помогла бы привлекать в кинотеатры все новые и новые слои населения. Здесь, на наш взгляд, много неиспользованных резервов. Например, наряду с дорогостоящими фильмами вполне можно увеличивать производство экспериментальных, камерных фильмов, не требующих столь больших постановочных расходов, что убедительно доказывает опыт телевизионных студий. Так, например, Таллинская телестудия сняла в 1959 году полнометражный фильм «Актёр Йоллер» почти в десять раз дешевле, чем этот фильм обошелся бы при производстве в киностудии. В то же время фильм в художественном отношении не ниже уровня тогдашнего производства Таллинской киностудии в целом и завоевал себе место на всесоюзном киноэкране. Ясно, что для покрытия производственных расходов такой фильм не требует сорокамиллионной киноаудитории, а окупается одним миллионом зрителей. («Актёр Йоллер» смотрели на киноэкранах 4,8 миллиона зрителей). Далее необходимо найти реальную возможность показать такой фильм именно той зрительской аудитории, для которой он интересен. А в масштабах страны это не составляет особых трудностей при хорошо налаженной работе в области киносociологии.

Результаты наших исследований показывают, что массовые эстетические вкусы подвижны и неоднородны, поэтому производственно-прокатная кинопрактика, рассчитанная на «среднего» зрителя, на «среднестатистический культурный» уровень, не соответствует требованиям эстетического воспитания. Относительно большая зависимость эстетических вкусов от социальных и общечеловеческих факторов наводит нас на мысль о том, что производство фильмов (тема, типы художественных решений, эмоциональная тональность, степень сложности и т. д.) и их прокат (количество копий, распределение по зонам, реклама и т. д.) должны быть оптимально согласованы с разными реально существующими вкусовыми группами. Это значит, что производимые на отечественных студиях или купленные за границей фильмы надо стремиться доводить до зрителя с предварительным учетом его возможных, вероятных реакций. При

производстве фильмов следует иметь в виду прогноз потенциального успеха, а также хотя бы минимально учитывать «сотворчество» будущего зрителя. Вот это согласование эстетических запросов населения с кинопродукцией, как нам кажется, еще не на достаточном научном уровне. Прокатные органы располагают многими общестатистическими данными и на основе абсолютных цифр по посещаемости разделяют фильмы на более или менее успешные. Но это только количественная сторона. Абсолютные цифры мало говорят о реальном эстетически-воспитательном эффекте фильма. Для этого надо знать, какие зрители смотрели фильм и как фильм воздействовал на них. Имея такие качественные данные, можно перейти от ретроспективного анализа к перспективному. Короче говоря: каждый отдельный зритель должен иметь возможность выбирать из множества фильмов те, которые объективно способствуют его общему и эстетическому развитию.

Конечно, максимально добиться этого чрезвычайно трудно, так как ни художественные произведения, ни вкусы зрителя не подчиняются абсолютно точной классификации. Но составить оптимально вероятные гипотезы дифференцированного производства и проката кинофильмов вполне можно, и это немало способствовало бы развитию массового эстетического сознания.

*Институт истории
Академии наук Эстонской ССР*

Поступила в редакцию
3/III 1965

A. VAHEMETSА

MÕNINGAID PROBLEEME KINOKUNSTI MÕJUST

Resümee

Artiklis vaadeldakse ajakirja «Sovetski Ekran» poolt 1964. aastal korraldatud ankeedile saadud 7800 vastuse põhjal kunstiliste filmide menu sõltuvust mõningatest üldnimelikest ja sotsiaalistest faktoritest. Andmete matemaatilise läbitöötamise teel, milleks kasutati elektronarvutit, selgitati välja 1963. a. Nõukogude Liidus linastatud 22 filmi suhteline menu erinevate vaatajate kategooriate seisukohalt, lähtudes nende elukutsest, soost, vanusest ja kinokülastamise sagedusest.

Peale mõningate filmide, nagu «Optimistlik tragöödia» ja «Kõik jääb inimestele», mis saavutasid ühtlase menu kõigi vaatajate kategooriate juures, jaotub enamiku filmide menu diferentseeritult, demonstreerides küllaltki suurte erinevuste olemasolu kinokülastajate esteetilistes maitsetes.

Võrreldes tööliste ja intelligentsi maitset, võib märkida, et need mitme filmi («Tühisõit», «Hommikused rongid») puhul langesid ühte, kuid oli filme, mis vastasid vaid ühe või teise maitsele. Intelligentsi sümpaatiat võitsid enamasti filmid, mis paistavad silma oma originaalsete kunstiliste lahenduste poolest, kuid ei puuduta otseselt intelligentsi eluga seotud probleeme («Suur tee», «Mina, vanaema, Iiko ja Illarion», «Kain XVIII»). Tundub, et töölistest kinokülastajate soov saada vastust neid eritavaile probleemidele vahetult töölistklassi elu käsitlevate filmide põhjal on suhteliselt suurem kui intelligentsil. Tööliste erilise poolehoidu võitnud filmid («Saage tuttavaks, Balujev!», «Bensiinijaama kuninganna», «Tühisõit») käsitlevad kõik nende endi elu.

Küllaltki ulatuslik on maitsete diferentseerumine sugude kaupa. Nii meeldivad põhiliselt naistele filmid «Jolanthe», «Höbetreener» ja «Bensiinijaama kuninganna», meestele aga — «Suur tee», «Saage tuttavaks, Balujev!», «Bisnesmenid», «Tühisõit» ja «Karistuslõök». Ilmselt kõidavad esimesi rohkem lüürilised, esmajoones emotsioonidele mõjuvad, teisi aga dünaamilise sõndmustikuga filmid. Esimesed eelistavad rohkem isiklik-psühholoogilist, teised — sotsiaal-filosoofilist probleemistikku.

Eri vanusekategooriatest lähtudes jagunesid filmid suhtelise menu poolest järgmistesse rühmadesse:

1) filmid, millede menule vanus ei mõju («Optimistlik tragöödia», «Jolanthe», «Kain XVIII»);

2) noorukite ja noorsoofilmid (maksimaalne edu kuni 24-aastaste juures — «Ellu-astumine», «Kolm pluss kaks»);

3) noorsoofilmid (17—30-aastastele — «Homnikused rongid», «Newtoni tn. 1», «Suur tee», «Bisnesmenid»);

4) filmid noorsoole ja keskealistele (19—40-aastastele — «Mina, vanaema, Iiko ja Illarion», «Tühisõit»);

5) keskmisele ja vanemale vanuserühmale (25-aastased ja vanemad — «Kõik jääb inimestele», «Saage tuttavaks, Balujev!» ja «Tulge homme»);

6) noorukitele ja täiskasvanutele (kuni 14-aastased ja alates 30. eluaastast — «Bensiinijaama kuninganna», «Karistuslõök», «Sõitsime ja sõitsime», «Hõbetreener»).

Võrreldes erinevate filmide menu sõltuvalt kinokülastamise sagedusest, selgus, et esteetiline maitse on suhteliselt kõrgem neil vaatajail, kes käivad kinos regulaarselt, s. o. vaatavad keskmiselt iga 2.—3. kodumaist filmi, liiga harv ja liiga sagedane kinos- käimine mõjub esteetilisele maitsele ilmselt negatiivselt.

Uurimistulemuste põhjal võib väita, et kinokunstile tugevama kõlapinna loomiseks tuleks filmide tootmisel (teema, kunstiliste lahenduste tüübid, emotsionaalne tonaalsus, arusaadavuse aste jne.) ja laenutamisel (koopiate arv, reklaam jne.) lähtuda optimaal- selt kinokülastajate eri gruppide maitsetest ja arusaamadest.

*Eesti NSV Teaduste Akadeemia
Ajaloos Instituut*

Saabus toimetusse
3. III 1965

A. VAHEMETS

QUELQUES PROBLÈMES DE L'INFLUENCE DU CINÉMA

Résumé

Dans l'article on examine le problème du succès des films artistiques auprès des spectateurs de différentes catégories, et la dépendance de celui-ci de certains facteurs humains et sociaux. L'analyse a pour base les 7800 réponses, reçues pendant l'enquête menée par le journal «L'Ecran soviétique» en 1964. D'après les données, résolues mathématiquement à l'aide d'une machine à calculer électronique, on a pu constater le succès partiel de 22 films projetés en 1963 dans l'Union Soviétique auprès des spectateurs, prenant en considération la profession, le sexe, l'âge et la fréquentation des salles de cinéma.

A l'exception de certains films, comme par exemple: «La tragédie optimiste», «Tout reste aux hommes», qui ont obtenu un succès égal auprès toutes les catégories de specta- teurs, le comportement de ceux-ci pour la plupart de films est très varié, et on constate une assez grande différence dans leur goût esthétique.

En comparant le goût des ouvriers et des intellectuels, on a pu remarquer que leurs opinions ont été identiques pour certains films («Le trajet à vide», «Les trains mati- naux»), mais il y a eu des films répondant uniquement au goût des uns ou bien à celui des autres. Les intellectuels ont préféré des films réalisés d'une manière originale et qui n'ont pas été obligatoirement liés avec les problèmes de leur vie: «La grande route», «Moi, grand-mère, Iiko et Ilarion», «Kain XVIII». Il paraît que le désir de trouver une réponse aux problèmes qui les intéressent, dans les films consacrés à la vie de la classe ouvrière, est plus grand parmi les spectateurs ouvriers que parmi les intellectuels. Les films consacrés à la vie des ouvriers, tels que «Faites connaissance, Balouev!», «La reine de la station à essence», «Le trajet à vide», ont eu un grand succès auprès des ouvriers.

On peut noter que le goût dépend beaucoup du sexe. En général, les femmes ont aimé les films «Iolanthe», «L'entraîneur d'argent», «La reine de la station à l'essence», les hommes — «La grande route», «Faites connaissance, Balouev!», «Les businessmen», «Le trajet à vide», «Penalty». Il est évident que les femmes témoignent plus d'intérêt pour les films lyriques, d'un sujet émotionnel et les hommes pour les films aux sujets dynamiques. Les premières préfèrent davantage les films traitants des problèmes individuels psychologiques, les seconds les films aux problèmes sociaux philosophiques.

Suivant le succès obtenu devant différentes catégories d'âge, les films se répartissent en groupes suivants:

1) Les films dont le succès n'est pas influencé par l'âge: «La tragédie optimiste», «Iolanthe», «Cain XVIII».

2) Les films pour les enfants et les jeunes (succès maximum jusqu'à 24 ans — «Entrée en matière», «Trois plus deux»).

3) Les films pour les jeunes (17—30 ans — «Les trains matinaux», «Rue Newton № 1», «La grande route», «Les businessmen»).

4) Les films pour la jeunesse et l'âge mur (19—40 ans — «Moi, grand-mère, Ilico, Ilarion», «Le trajet à vide»).

5) Les films pour l'âge mûr (25 ans et au-dessus — «Tout reste aux hommes», «Faites connaissance, Balouev!» et «Venez demain»).

6) Les films pour enfants et adultes (jusqu'à 14 ans et au-dessus de 30 ans: «La reine de la station à essence», «Le penalty», «Nous allons, nous allons», «L'entraîneur d'argent».

En comparant le succès des différents films par rapport à la fréquentation des salles de cinéma, on a remarqué que le goût esthétique des spectateurs allant voir régulièrement un film sur deux ou trois, de production soviétique, est supérieur.

Les fréquentations trop rares ou trop nombreuses agissent négativement sur le goût esthétique.

Sur la base de l'expérience on peut assurer que pour renforcer les liens entre le cinéma et les spectateurs, il est nécessaire de tenir compte du goût et de la compréhension des différents groupes de spectateurs.

*Institut d'Histoire
de l'Académie des Sciences de la RSS d'Estonie*

Reçu à la rédaction
le 3 mars 1965