

©1993 г.

**К.В. СИМЧЕРА, Г.В. КОЧЕГАРОВА**

**СОЦИОЛОГИЯ КИНОИСКУССТВА: Д. ПРОКОП И  
З. КРАКАУЭР**

---

*СИМЧЕРА Ксения Васильевна - аспирантка Института социально-политических исследований РАН. КОЧЕГАРОВ А Галина Васильевна - аспирантка Государственного института кинематографии им. С.А. Герасимова. В нашем журнале публикуются впервые.*

---

В нынешней ситуации кризиса отечественного киноискусства представляется уместным вспомнить о таких зарубежных исследователях, как Д. Прокоп и З. Кракауэр. Многие их наблюдения оказываются сегодня столь актуальны, что имеют прямое отношение к положению в кинематографе и на телевидении в стране.

Наша реальность - интенсивное приобщение зрителя к мировому экрану. Что приобретено и потеряно в результате? Выиграл ли от этого зритель и кино как искусство?

В понимании этих проблем, возможно, окажутся полезными работы социолога Д. Прокопа и историка и теоретика кино З. Кракауэра. На наш взгляд, полемика между ними выделяет и проясняет ряд моментов взаимодействия кино и зрителя на примере мирового экрана. Вступая в полемику друг с другом, они дают возможность нам проследить наиболее фундаментальные положения современной социологии кино, касающиеся экранного искусства в его отношении к реальности.

Основное направление работ Прокопа - ориентация на фильм как на продукт коллективного восприятия. В этом он видит одно из основных отличий экранного зрелища от литературы, где человек всегда остается, в конечном счете, «наедине с текстом». В этой связи Прокоп в своем капитальном труде «Социология фильма» [1] неоднократно возвращается к мысли Кракауэра о том, что именно в кинематографе (а позже - в телевидении) яснее всего находят свое выражение «скрытые потоки коллективного подсознания»

Эта особенность экранного воссоздания реальности сложилась исторически. Если рассматривать фильм в качестве психологического феномена, эта особенность сохраняет свое значение до наших дней. При этом рекреативная функция киноискусства прямо соотносится с данными психоанализа, подводящими исследователя к признанию тесной связи описанного свойства экрана с потребностью человека в избавлении от овладевающих им навязчивых фантомов. С другой стороны, данное положение остается верным и в отношении экрана к идеологической и экономической областям, где также нередко дают о себе знать призрачные фантастические образы.

Утверждая «энергетический потенциал» экранного изображения, Прокоп неоднократно возвращается в своих работах к американской теории «действия» как более точному выражению природы киноискусства в отличие от теории «зеркала» Кракауэра, цитирует одного из представителей американской школы, по мнению которого, «задача воздействия кино - расслабление и отдых». Именно с этой целью общество и учредило в свое время «институт экранного искусства».

В кинематографе, однако, как и в более широкой области «массовых медиумов», если рассматривать то, что лежит на поверхности, речь идет, прежде всего, об удовлетворении реально возникающих запросов аудитории. С этой, точки зрения, фильм можно рассматривать как «шифр», адекватный действительно имеющим место общественно-историческим тенденциям, что выводит экран из сферы простого удовлетворения потребностей в более глубокую и сложную область воссоздания моделей, интерпретирующих реальные нравственные, психологические и эстетические системы. Экранное изображение посредством этих механизмов прямо связывается с отражением и воссозданием причинно-следственной связи со средой. От структуры данной связи зависят характер и сама постановка проблемы «кино и жизнь».

Прокоп неоднократно возвращается к анализу как отдельных звеньев описанного феномена, так и его целостного содержания и значения, к конкретным формам функционирования кино в различные исторические эпохи. Так, в частности, он отмечает, что на первом этапе развития кинематографа (до 1908 года) наличие структурированных связей между действительностью и ее экранными версиями более определенно и легко различимо. В дальнейшем эти механизмы усложняются, нередко принимают замаскированный характер, хотя так или иначе существуют всегда.

Отчетливость подобных связей в первых американских фильмах обусловило их реалистический и критический характер. Однако вскоре именно это вызвало протест различных общественных институтов. «Фильм, представляющий публике ряд типов из ее собственного окружения, - пишет Прокоп, - делает понятными также аморальные поступки в их общественной обусловленности, что включает в себе угрозу нормативной стабильности ситуации». И хотя экран тех лет в немалой мере способствовал развитию национального самосознания как в Америке, так и в других странах, это обстоятельство не исключало во многом оправдавший себя прогноз в отношении деятельности кинематографа как «разрушителя нравов». Прокоп указывает в этой связи на усиление антинегритянских настроений в США после выхода фильма «Рождение нации» Гриффита, на рост преступности как прямое следствие выхода на экран грубых криминальных драм в ряде стран. Доказательство тому и современная ситуация в нашем кино. Суггестивный характер экранного изображения, его мощное обратное воздействие на действительность - одна из существенных сторон и особенностей структурных связей кино и реальности.

Но только ли кинематограф виноват в том, что в ряде случаев он становится рассадником пошлости, средством развращения нравственного чувства народа? Прокоп полемизирует по этому вопросу с Кракауэром, который утверждает, что критиковать нужно не столько кинопроизводство, сколько самих потребителей «киносновидений» - те самые «средние слои», коим в высшей степени свойственны пассивность, «фатальная восприимчивость» господствующих идеологических, проникающих в массовое сознание фантомов. Фильм как медиум массового и нередко действительно низкопробного развлечения, утверждает Прокоп, обязан своим существованием не столько вкусам и потребностям публики, сколько все тем же глубинным структурным связям, отражательным механизмам, характеризующим функционирование кино в обществе в тот или иной исторический момент не как разобщенную, разорванную, а всегда целостную взаимообусловленную систему, где важнейшее место, занимают экономика и политика. Таким образом, кинематограф - это не только «зеркало коллективного инстинкта масс» (Кракауэр), но и, прежде всего, порождение целостной системы идеологии и общества, структурного и, главное, сущностного единства исторического процесса.

Рассматривая влияние экономики и, в частности, монополий на содержание и прокат фильмов, Прокоп анализирует истоки мировой экспансии американского кино, связывая их с кризисом 1930-1935 годов в США, результатом которого, явилось, резкое возрастание экспорта товаров и капиталов за границу. Голливуд к концу 30-х годов

поставлял более 65% мировой кинопродукции, причем в прокате одной только нацистской Германии, например, в эти годы было около 51% близких ей по духу американских картин. Очевидно, что этот, как и другие аналогичные факты, свидетельствуют о формировании уже тогда мирового системного единства идеологии и общества при несомненном лидерстве идеалов и ценностей США.

Именно в эти годы - и опять-таки при решающем влиянии американского экрана - в мире складывается новый зритель, готовый идентифицировать себя с героями фильмов. Обостряется и получает широкое практическое внедрение понятие «восприимчивости». Крупнейшие американские кинокомпании берут на себя, с одной стороны, роль цензора, а с другой - «законодателя мод». Устанавливается мировая аксиологическая система, определяющая и типологизирующая место каждого индивидуума в жизни, стимулирующая и направляющая массовое коллективное сознание. Наряду с этим на периферии описанного потока продолжают развиваться социально-критическое направление и экспериментальное кино, однако оно занимает лишь второстепенное место.

Структура общества, порожаемая бурным процессом монополизации идеологии и политики, определяет как институциональные границы свободного времени потенциальной, и реально существующей кино аудитории, так и модель поведения личности. В среднем, согласно социологическим данным, существует равное количество людей, формирующих и воспринимающих мнения, что свидетельствует о прямой зависимости автономных потребностей и мнений от наличия соответствующих мощных «генераторов», производящих эти потребности и мнения учреждений. В высокоиндустриализованном обществе исключено серьезное участие индивидуума в обсуждении (не говоря уже о решении!) тех или иных проблем: жизненно важные вопросы решаются с помощью совсем других механизмов. Для эффективности и стабильности сложной социальной системы исключительно важно, чтобы формирование общественных взглядов происходило бы не в процессе общественных дискуссий и, тем более, контроля со стороны масс, а в итоге воздействия на массовое сознание монополизированных и нередко антирациональных структур. К последним, согласно этой теории, относятся семейные традиции, преемственность мнений, этические связи, принадлежность к определенному социальному слою - и т.д. Массовая коммуникативная система в этом комплексе, чтобы быть эффективной, должна противостоять любым попыткам индивидуализации сознания личности. И в этом случае, как считают Д. Прокоп, Т. Парсонс, Д. Лернер, Г. Блюмер и другие исследователи, возможность свободного выбора товаров, программ, направленности массовых коммуникаций, симпатий и антипатий крайне ограничена и фактически продиктована всеми составляющими общественной структуры, в которую личность, по необходимости, должна вживаться и стараться сделать ее «своей». Выбор между различными видами потребления в подобном мире возможен для личности лишь в области «систем отдушин» ~ спорт, музыка, клубная деятельность и т.п.

В послевоенной Америке, как и в некоторых других странах, такой «отдушиной», формой отхода, отвлечения от забот дня явилось кино. По данным социологических исследований, зрители в эти годы, как правило, предпочитали музыкальные комедии с системой «звезд», любовные истории, легкие развлекательные драмы. Решительно отвергались, за редким исключением, серьезные социально-критические фильмы. Подобные вкусы и предпочтения были характерны для подавляющего большинства американцев, независимо от их социального положения и возраста, а также для зрителей стран Европы.

Прокоп видит объяснение описанной ситуации в формировании исторически новой социально-психологической структуры, связанной с чувством усталости большинства населения после войны, определенным (хотя и временным) пессимизмом. И опять-таки, как мы видим несколько лет спустя на примере той же Америки в годы войны

во Вьетнаме, налицо не частные, не случайные факторы и причины, а общее, четко структурированное, связанное во всех звеньях движение монополизированного общественного процесса, вызвавшее в данном случае исторически обусловленный рост деструктивных тенденций.

Сформированные в массовом сознании предпочтения - «шифр общественных тенденций». Как в минувшие годы, так и особенно сегодня, они отражают (и выражают) существующий, господствующий общественный строй, общественный механизм и, как частицу его, - характер кино. Возможные противоречия между частным и целым, возникающие в обществе и приводящие к той или иной силы диссонансу, разрешаются путем компромисса, при котором, согласно Л. Фестингеру, «ряд познавательных элементов опускается в пользу других». Этот механизм у активных слоев населения приводит к усилению соучастия и, следовательно, к стабилизации системы, а у «низших», пассивных слоев - к росту безразличия, апатии. Роль монополизированных средств массовой информации, ориентированных, главным образом, на активные слои, определяется задачами укрепления существующей структуры общества.

Отчетливо проявляет себя трансформация киносюжетов на стадии монополии - действие упрощается, из необычной, фантастической среды переносится в обычную. Фильм становится реалистичнее, живее, в большей мере соответствует требованиям идентификации. Доминирующей темой (в частности, в американском кино) является теперь романтическая любовь. С ее помощью решаются все проблемы действующих лиц (а предполагается и зрителей), она становится основой генерализированной рецептативности (вспомним, например, нашумевшую американскую «Красотку», отмеченную многочисленными премиями и поддержкой прессы).

Значительное место в трудах Д. Прокопа, как уже замечено выше уделяется его постоянному оппоненту - историку и теоретику кино З. Кракауэру.

В книге «От Калигари до Гитлера» Кракауэр утверждает, что «коллективный инстинкт (подсознание) является не только движущей силой кинопроизводства, HQ и истории вообще» [2]. Казалось, Прокоп мог бы сам подписаться под этой мыслью - она вполне соответствует его теориям. Но он не согласен с Кракауэром, причем по одному из самых существенных вопросов: Кракауэр, по его мнению, недооценивает роль структуры как главного регулятора общественного механизма. Тот, кто хочет играть на этом инструменте, замечает Прокоп (имея в виду подсознание), всегда должен помнить о его особенностях. Даже официальные фашистские фильмы, бывшие ничем иным, - как орудием открытой пропаганды, пропитанные культом подсознательного, инстинкта, отражали также и нечто большее, а именно черты национального немецкого характера, которые нельзя было создать искусственно.

В 30-е годы складывается теория «компенсации», согласно которой усиление рекреативной функции кино, как и других средств массовой коммуникации, объясняется «репрессивной системой труда». Прокоп цитирует К. Бюссе, П. Бэхлина, К. Беднарника и других: «Потребитель кино - это прежде всего представитель угнетен-, ной массы, испытывающий потребность в освобождении»; «Зритель ищет на экране, как некогда в религии, инсценированное "лучшее потустороннее", которое, однако, сегодня должно находиться "по эту сторону"»; «Он должен иметь возможность бежать туда из нищеты будней. Он хочет не только забыть там свое социальное ничтожество, но и насладиться фиктивной победой, обещанной ему экраном» [1, p. 19].

Прокоп, однако, не согласен с этой точкой зрения. «Компенсаторная теория», по его мнению, недостаточно учитывает механизм «проекции» и «идентификации» как необходимые предпосылки и условия восприятия фильма. Зритель, помимо прочего, всегда ждет от экрана сообщения о том предмете, который интересует его или является его профессиональным делом. Поэтому отвлечение от привычного и повседневного - лишь

часть проблемы. Степень интереса и «терпимости» к экранной проблематике в немалой мере определяется сложившимися в массовом сознании «идеалом жизненного успеха».

Готовность к идентификации такого рода наблюдается, как отмечает социолог, в большей мере у среднеобеспеченного класса, но, отнюдь не у полностью обездоленных представителей общества - там, очевидно, дистанция между нищетой и успехом представляется непреодолимой. Однако возможность отвлечения от действительности, «бегства» от жизни на любом уровне остается. Остается и возможность исполнения желаний. Этот многоплановый принцип дает возможность зрителю видеть в индустрии культуры поставщика, удовлетворяющего все желания. «Индустрия культуры, - пишет Прокоп, - предлагает потребителю в качестве рая, по сути дела, те же самые разнообразно окрашенные будни.» «Бегство» задумано с самого начала как возвращение к истокам и к реально существующему порядку вещей. Удовольствие требует безропотного подчинения, которое хочет забыть себя в первом. И таким образом исключается возможность разрушительных последствий «бегства».

К концу 50-х годов количество кинопосещений в мире, как известно, резко сократилась - с 4,7 до 2,5 млрд. Сократилось и количество выпускаемых фильмов. В «игру» вступил могущественный фактор телевидения.

Технические новинки компьютеризация производственного процесса, новые принципы драматургии и монтажа, обновившие форму кинематографа, - все это дало возможность киноконцернам снова выйти на первый план. На экран выпускаются масштабные развлекательные фильмы, приносящие невиданные доходы. Был заключен союз с телевидением - в 50-е годы телеэкрану передано более 10 тыс. выпущенных ранее фильмов. Эта акция привела к разорению многочисленных мелких киностудий и кинотеатров, но одновременно укрепила крупные производящие и прокатные организации.

Американские фильмы, обильным потоком хлынувшие в эти годы в Европу, осуществляют разрушительный процесс «интернационализации» экрана. Теперь уже не только в Америке, но и во многих других странах, подвергшихся экспансии американского капитала, стираются, исчезают традиционные признаки национальной культуры. В борьбе за выживание эти явления, приводящие ко все большему отходу кино от действительности, к нивелировке нравственных ценностей, приобретают необратимый лавинообразный характер. Так, по крайней мере, складывается ситуация на сегодня, практически во всех странах Европы, ибо понятие «интернационализация» включает в себя не только экономический аспект (борьба за зрителей), но и гораздо более опасный процесс разрушения исторически сложившихся национальных традиций, национальной культуры и самого типа личности.

Производство «престижных» боевиков, рассчитанных на «интернациональную» аудиторию, вносит глубокие изменения в структурные взаимосвязи экранного изображения с реальностью. Киноконцерты, извлекающие доход из немногих и крайне дорогих фильмов, становятся все более независимыми от реальной жизненной ситуации, от общественного мнения и даже от предпочтений публики - все это они мело и настойчиво навязывают ей. Как показал опыт, подобный фильм можно с легкостью демонстрировать в течение многих месяцев в самых разных регионах мира.

Однако сказанным не исчерпывается характеристика лица современного кинематографического (а в известной мере и телевизионного) производства. К «престижным», дорогостоящим боевикам тесно примыкает продукция совершенно другого рода - дешевые «шлягеры», спортивные фильмы, фильмы с новыми моделями мод, танцев и т.д. Все эти картины, будто отбросившие кинематограф к первым годам его существования и к примитивным формам человеческой культуры, адресованы многочисленным, как оказалось, потребителям «балаганного рынка». Экспериментальные и социально-критические фильмы из этой коммерческой, примитивизированной сетки практически

исключаются, оттесняясь в сферу малочисленных, замкнутых в себе субкультур. В странах, подвергшихся экспансии «интернационализма», скупаются таланты, общественное мнение настраивается на признание якобы «ограниченности», «бедности» национальных традиций, насаждаются стереотипные художественные решения. Констатируя эту ситуацию, Прокоп приводит вывод из социологического отчета конца 60-х годов: «Сегодня вряд ли существует хотя бы один фильм, который в художественном смысле носил бы национальный характер» [1].

Последняя проблема в этой связи ~ распределение свободного времени в современном мире. Прокоп, обращаясь к ней, рассматривает различные и определяющие, с его точки зрения, аспекты.

К числу людей, посещающих кинотеатры не чаще одного раза в месяц, но регулярно, Прокоп причисляет представителей высших слоев общества - для них это как бы «дополнительный атрибут статуса». В своем большинстве эта прослойка предпочитает кинотеатр, где демонстрируется новый фильм. Однако в коммерческой структуре «кинопроизводство — зритель» кинопосетители из высших классов не играют сколько-нибудь заметной роли. Производство картин, теперь целиком переходящее в руки монополизированного капитала, ориентируется на представителей гораздо более многочисленных средних слоев. В расчете именно на них и изготавливаются «аттракционы», снимаются дорогостоящие боевики. В расчете на них строится и реклама. Учитываются возросший интерес к «игровым» массовым, примитивным формам телевидения, все более широко распространяющаяся потребность в комфорте. В последние годы в этот процесс со всеми его последствиями втягивается и вступивший на путь рыночных отношений отечественной кинематограф.

В современных теоретических и критических трудах по поводу сложившейся в киноискусстве ситуации нет недостатка в поверхностных и, как замечает Прокоп, «ультраконсервативных», хотя по форме и «прогрессивно-демократических» высказываниях. Вот несколько характерных примеров.

Основная мысль книги последователя З. Кракдуэра и, в частности, его теории «зеркало» К.Х. Готце «Кино и национальный характер в США» - «зависимость кинохозяйства от потребителей». Готце, в частности, пишет: «В основе американского народного характера - оптимизм первопроходчика, он любит мастерить, играть, ему доставляет радость преувеличенное, его мечта - комфорт, сенсация, эротика». В этом исследователь видит причину и объяснение успеха американских фильмов, забывая о содержащемся в них очевидном культе насилия. По мнению Э. Морена и П. Мейлора, кино лишь отражает «коллективные мечты, невроты и психопатические черты общества». Р. Кениг пишет, что экран - это «образное и протокольное выражение чувств, настроений, ожиданий, желаний, надежд, симпатий, идиосинкразии, спонтанно возникающих социальных изменений». Д. Хойш, С. Эз-ратти, Л.К. Ростен, Г. Уэткинс и другие утверждают, что в кино «просто отражаются» нормы и ценности окружающего общества, что экран «портретирует человеческие души и чувства людей». Прокоп, с нашей точки зрения, обоснованно и справедливо спорит с этими положениями.

На стадии международной монополизации и «интернационализации» кинопроизводства, по его убеждению, фильм зависит не столько от вкусов публики и даже от самого характера жизненных установлений и потребностей личности, сколько от все той же сложной, многогранной и могущественной идеологической и общественной структуры, которая подчиняет себе и характер потребностей, и сам тип личности, распространяясь, разумеется, и на сферу экономических взаимоотношений. Ограниченная специфика школы Кракдуэра, замечает Прокоп, не позволила ее последователям рассмотреть и правильно оценить такое, например, явление, как итальянский неореализм, оценивая его угасание как «дегенерацию». На самом же деле, подчеркивает ученый, исчерпанность неореализма

была predetermined не столько нравственными, сколько политическими и социальными причинами и, в частности, законом Андреотти 1949 года, положившим начало процессу концентрации и монополизации кинопроизводства. Итальянское правительство в те годы стало считать, что неореалистические фильмы «наносят урон» престижу государства. В 1955 году один из итальянских министров открыто заявил, что «народу нужны хлеб и зрелища; в этом отношении человеческая цивилизация не изменилась».

Резюмируя сказанное, мы хотим выделить три основных положения социологии в области кинематографа, связанные с именем и трудами Д. Прокопа, с современным положением в киноискусстве. Характер кинопроизводства и самого фильма как художественного произведения сформировался исторически, сложившись в многогранную, детерминированную систему. Определяющими в наши дни в этой системе являются концентрация и монополизация производства фильмов, связанные с общими тенденциями развития общества. В условиях пассивного подчинения большинства этот процесс приводит к «интернационализации» экрана, к созданию и внедрению идеологических и художественных стереотипов, к нивелированию и упрощению насаждаемых в массовой культуре ценностей. Наиболее пагубным, разрушительным следствием современной «интернационализации» экрана и жизни является ослабление, а в перспективе и полная ликвидация сложившихся исторически национальных установлений, обычаев, традиций - словом, той почвы, на которой на протяжении тысячелетий существовала и развивалась человеческая личность.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Prokop Dieter. Soziologie des Films. Soziologische Texte. Gamburg: Hermann Luchterhand Verlag, Bd, 69.*
2. *Кракауэр* 3. Психологическая история немецкого кино. От Калигари до Гитлера. М.: Искусство, 1977.