

© 1997 г.

Л.Д. РОНДЕЛИ

ПОЧЕМУ НЕ УСТРАИВАЮТ ЮНЫХ ЗРИТЕЛЕЙ РОССИЙСКИЕ ФИЛЬМЫ?

*РОНДЕЛИ Леван Давидович - кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник НИИ
Киноискусства Роскомкино.*

Этот вопрос неизбежно возникает при исследовании проблем конкурентоспособности наших картин и их возможностей "продержаться на плаву" в условиях коммерциализации, вестернизации и многоканальности их продвижения к зрителям. В этих условиях выживание и возрождение российского кинематографа тесно связано с налаживанием контактов с рождающейся новой киноаудиторией.

Социологи НИИ Киноискусства в последнее время разрабатывают проблематику, связанную с изучением состояния и путей стимулирования конкурентоспособности российских фильмов на внутреннем рынке. В конце 1995 г. было проведено исследование среди старшеклассников Москвы. Выбор такого объекта не случаен: в последние годы в России на смену прежней советской киноаудитории приходит новое поколение зрителей с совсем иными запросами, предпочтениями, интересами и т.д. Те ребята, которых мы опросили (им от 14 до 17 лет), представляют собой первое поколение зрителей, сформированное в условиях коммерциализации кино. Исследователей интересовало отношение данной аудитории зрителей к российскому "постсоветскому" кино, то есть к фильмам, снятым после 1991 года.

Опрос старшеклассников г. Москвы (9-11 классы, $N = 1\ 020$) проводился с использованием метода гнездового отбора. На первой ступени отбора были определены три наиболее типичных для города административных округа: Центральный, Юго-Западный и Восточный. На второй ступени отбора по выбранным округам экспертным путем определялись 32 наиболее типичные школы. Далее, на третьем этапе, уже в этих школах методом шагового отбора были выбраны те классы, в которых позднее проводился сплошной опрос. Сам процесс опроса занял две недели¹.

¹ Опрос подготовили и провели: Богданов А.Л., Жабский М.И., Иосифян С.А. Полуэхтова И.А., Рондели Л.Д., Тарасов К.М.

Какими же оказались основные претензии московских школьников к новым российским кинофильмам? Мы облегчили опрашиваемым поиск ответов на этот вопрос, предложив в анкете ряд готовых вариантов ответа, предусмотрев также возможность открытых ответов. Поэтому юные зрители не ограничились готовыми ответами и более 15% среди них смогли самостоятельно и без всяких "подсказок" выразить свои суждения, указав негативные социально-эстетические признаки наших новых кинофильмов.

Чаще всего они отмечали утрату отечественным кино своего лица. Вот некоторые среди наиболее характерных ответов: "Тупые фильмы, все пытаются подражать зарубежным"; "Серые, унылые картины. Бледное копирование зарубежных фильмов"; "Пародия на американское кино. Очень много стриптиза, насилия и драк".

Эти оценки дополняет распределение ответов по предложенным в анкете вариантам. На первый план вышли следующие претензии: (мы приводим результат в %% от числа опрошенных) "Мало ярких зрелищных эпизодов" - 21%; "Малая увлекательность и занимательность" - 20,5%; "Истории, о которых рассказывают отечественные фильмы, неинтересные" - 20; "Обилие малоинтересных, стандартных личностей, недостаток ярких героев" — 20%; "Недостаточный уровень технического исполнения и спецэффектов" -18%.

В этих претензиях и требованиях присутствует немало общего, что их объединяет. Сегодня посещение кинотеатра для школьника - вовсе не заурядное, обычное явление, как это было десять лет назад, а, можно сказать, исключительный случай. И они ожидают от своего посещения кинотеатра соответствующей отдачи: надолго запоминающегося зрелища, имеющего в какой-то мере сенсационный характер, способного захватить воображение, увлекающего динамичностью действия или психологизмом жизненной истории, интересными человеческими характерами.

Западные ленты чаще отвечают таким ожиданиям, чем наши. Поэтому не случайны сетования по поводу того, что "наши фильмы очень скучные, за исключением некоторых", "в них нет определенного содержания и смысла, к тому же они непонятны".

Сегодня, как известно, у значительной массы подростков наблюдается ориентация на развлечение. Об этом говорят и результаты наших изысканий. Заметная часть юных зрителей ждет скорее не фильмов, ставящих интересные социальные проблемы, или повышающих общий культурный уровень, а развлекательных. Помимо тех требований, которые заняли первые пять мест и были перечислены выше, присутствуют и другие, отражающие те характеристики, которые, по мнению опрошенных, также присущи нашим фильмам: "низкое художественное качество в целом", — 17,6%; "Сосредоточенность на недостатках людей и на отрицательных явлениях жизни" - 13%; "Не нравятся сами актеры и исполнение ими ролей" - 7%.

Нетрудно заметить, что в этих претензиях чувствуется та же тяга к запоминающемуся яркому зрелищу, к полноценному, "грандиозному" развлечению. И во многом именно это может обеспечить кинотеатрам временный успех в нынешних условиях. На это трудно возразить, поскольку кино в понимании школьников перестает быть тем высоким искусством, каким оно являлось одно - два десятилетия назад. А тогда наряду с художественной литературой оно выступало как один из наиболее важных источников познания жизни и как серьезное средство культуры, формировавшее духовный мир и эстетические вкусы людей. Сегодня его роль низведена до примитивного зрелища, захватывающего боевика и т.д., то есть шоу бизнеса. В этом отношении положение в области отечественной художественной литературы несопоставимо выше. Стало издаваться много разных книг, красиво оформленных и рассчитанных на любые вкусы, о чем можно было только мечтать в советское время.

Остальные недостатки нашего кино, на которые указывали наши школьники, не воспринимались ими все же как существенные. Это: "надуманность жизненных конфликтов и проблем" - 10% от опрошенных; "отсутствие примеров (образцов) поведения

людей в быту, во взаимоотношениях друг с другом" - 8%; "не показывают путей достижения жизненного успеха" - 6%; "не показывают, как защититься от нападений, от агрессии" - 5%.

Последний признак, видимо, отражает проблему, достаточно актуальную для нынешних подростков, связанную с ростом криминализации нашей жизни, с необходимостью самозащиты, отпора агрессивному поведению, в том числе и со стороны сверстников. Однако в целом это показатель наличия прагматических подходов к киноискусству в смысле установки на получение какой-нибудь практической пользы для себя.

Итак, нашему кино ныне недостает тех качеств, которые именно сегодня позволили бы ему успешно конкурировать с западными фильмами, обладающими упомянутыми свойствами. А это как раз те свойства, которые усиливают коммерческий потенциал фильма, превращают его в выгодный товар на кинорынке, сулящий немалые доходы.