



DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-3-824-839

EDN: GBWWLU

Социология кино: нарративные оценки зрительских практик*

Е.В. Андрианова^{1,2}, В.А. Давыденко¹

¹Тюменский государственный университет,
ул. Володарского, 6, Тюмень, 625003, Россия

²Западно-Сибирский филиал ФНИСЦ РАН,
ул. Свердлова, 5, к.2, Тюмень, 625003, Россия

(e-mail: e.v.andrianova@utmn.ru; v.a.davydenko@utmn.ru)

Аннотация. Актуальность рассматриваемой проблематики обусловлена тем, что, во-первых, ведущие социологи, изучающие кино, указывают на резкое сокращение числа эмпирических исследований вследствие «отсутствия должной информационно-социологической поддержки российского кинематографа» [3. С. 74; 22. С. 152]; во-вторых, продолжается нарративный поворот, «подчеркивающий текстовую природу всех социальных практик» [24. С. 48] и темпоральные характеристики кино. Авторы, проведя опросы посетителей кинотеатров Тюмени по заказу их владельцев весной 2024 года (N = 2502), анализируют нарративные оценки кино-зрительских практик на основе риторически-функционалистской теории нарративности [19] и других научных подходов. Были опрошены три группы респондентов: две целевые выборки по полу, возрасту, уровню дохода и месту проживания (582 человек на территории кинотеатров методом личного интервью; 438 человек из клиентской базы кинотеатров методом телефонного интервью), 1462 жителя Тюмени — выборка была стратифицирована по полу и возрасту с учетом характеристик целевой аудитории кинотеатров. Также был использован сравнительно-исторический метод анализа нарративов — собранных данных с материалами по сходной тематике, полученными Э. Альтенло 110 лет назад [11; 12]. В статье представлены эмпирические данные с результатами их содержательного анализа, включающего как строгие формальные процедуры, так и основанный на систематизации специальной литературы и медиадискурсов. Авторы делают следующие выводы: во-первых, особенно популярными для массового зрителя становятся фильмы, которые отсылают к известным сюжетам, любимым героям и актуальным нарративам; во-вторых, новые интерпретации старых историй стали ключевыми факторами развития современной киноиндустрии, которая во многом жертвует смысловой наполненностью кинотекста в угоду современным эстетическим технологиям кинопроизводства.

Ключевые слова: социология кино; социология фильма; нарративный анализ; зрительские практики; кинематограф; кинофильм

* © Андрианова Е.В., Давыденко В.А., 2024

Статья поступила в редакцию 10.03.2023. Статья принята к публикации 14.06.2024.

По социологии кино опубликовано достаточно много работ, как российских [1–21; 33; 35–36], так и зарубежных [22–26; 28; 31–32; 34; 37–39] авторов, причем компоненты нарративного анализа представлены в обеих группах: речь может идти о трактовке «фильма как дискурса» [18], о влиянии кинематографа на социальные представления (нарративы) о героизме и счастье [19; 20], методиках изучения зрительского восприятия кинолент [16; 17] и т.д. По сути, «смотря кино, мы понимаем жизнь» [15], однако в обширном наследии социологии кино наблюдаются и пробелы в области теории и эмпирики [39. С. 89]. В частности, сравнительный анализ наших эмпирических данных с материалами по сходной тематике, полученными Э. Альтенло 110 лет назад [22; 23], показал, что типичные запросы и стандартные реакции на определенные киносюжеты у молодых социальных групп разного статуса достаточно схожи, что в целом говорит о принципиальной возможности идентификации «картин мира» разных поколений через изучение соответствующих нарративов.

При этом возникают вопросы и методологического характера, например, казалось бы, простой вопрос, как фильм рассказывает/раскрывает историю. Одни ученые пытаются ответить на него, сосредоточившись на слове «история»: какие ситуации могут составить историю, как они связаны. Другие авторы делают акцент на слове «рассказывать»: фильм рассказывает историю или показывает ее, и кто именно рассказчик. Третьи исследователи фокусируются на слове «фильм»: предлагает ли он особые ресурсы для рассказывания историй, какие ресурсы использует совместно с вербальным повествованием. Возможные ответы на все перечисленные вопросы предлагает «риторически-функционалистская» теория нарративности, подчеркивающая темпоральный характер любого нарратива, будь то фильм или роман (ретроспекция, узнавание и пр.).

Помимо темпоральности (длительности развертывания кадров) этот подход рассматривает и модальность повествования, т.е. как нарративы апеллируют к нашим ощущениям посредством причинно-следственной цепочки кадров, эпизодов или сезонов. Однако большинство фильмов предлагают более сложную схему, заставляя задуматься, что может произойти, независимо от того, произойдет это в итоге или нет. Фактически киноповествование может повлиять на наше понимание возможностей [30. С. 119, 124], которые при определенных условиях могут стать реальностью. Одна из стратегий такого понимания состоит в том, чтобы полагаться на персонажей и встроенные нарративы как «сюжетные конструкции, содержащиеся в личных мирах персонажей»: когда персонаж надеется, что что-то произойдет, зритель понимает цель своих надежд как «виртуальное событие». Некоторые такие события могут произойти в сюжетном мире (например, когда сбываются худшие опасения персонажа), а другие могут не сбыться (когда страх оказывается необоснованным). В любом случае виртуальное событие формирует наше вос-

приятие повествования по мере его развития во времени, ориентируя на возможности в прошлом, настоящем и будущем [30. С. 124].

В своей работе мы опирались на концепции «базовых компонентов нарративов как специфичных черт повествования» [29] и «повествовательного кинофильма в реальном времени» [31]: «темпоральное продление» — принципиальное отличие художественного фильма в кинотеатре от сериала, поскольку первый «заранее упакован» готовыми инструментами интерпретации [31. С. 957]. В отличие от сериала художественный фильм в кинотеатре начинается с нуля, создавая структуру взаимосвязанных персонажей и ситуаций до того, как они смогут обеспечить столь же сильную эмоциональную вовлеченность зрителя, что и телевизионные эпизоды.

Наша цель — охарактеризовать нарративные и дискурсивные оценки зрительских практик просмотра фильма в контексте риторически-функционалистской теории нарративности, согласно которой социокультурные механизмы современного кино работают как некие «ментальные сжатия» информации из разных источников (речь, звук, письмо, изображения) и способов воздействия (вера, оценка, понимание, чувства), что позволяет оценивать современные ритуализированные практики восприятия фильма. Речь идет о том, что у кинозрителей формируется особая картина мира как общее эстетическое представление об увиденном и «пережитом» вместе с героями фильма, с учетом осознания художественной ценности и степени удовлетворенности кинокартиной (как способа развлечения).

Эмпирическая основа статьи — опрос посетителей кинотеатров города Тюмени по заказу их владельцев. Количественные данные были собраны на трех выборках в марте 2024 года: две целевые выборки по полу, возрасту, времени посещения (582 человека опрошено методом личного интервью в кинотеатрах, 438 человек — методом телефонного опроса по клиентской базе кинотеатров), 1462 жителей Тюмени (выборка стратифицирована по полу и возрасту с учетом базовых характеристик целевой аудитории кинотеатров). Главный вопрос исследования — «Почему люди все еще ходят в кино»? Или, шире и в другой формулировке: «Почему мы смотрим фильмы большую часть времени своей жизни?». После общения с респондентами эти вопросы обрели несколько иные формулировки: «Почему кино все еще живо?»; «Почему нас так волнуют киноперсонажи?»; «Почему мы идем в кинотеатр, хотя ту же кинокомедию (драму, трагедию) можем посмотреть дома?»; «Почему люди настолько по-разному воспринимают одни и те же фильмы?». В частности, общеизвестно, что кинофильмы могут вызывать не только позитивные, но и негативные эмоции, которых мы стараемся избегать в жизни, однако мы охотно тратим время и деньги на фильмы, которые заставляют нас чувствовать себя эмоционально плохо («парадокс болезненного искусства» [32. С. 909]).

Видимо, потому, что, согласно определению В.В. Радаева, мы «смотрим кино, понимаем жизнь» [15], получая ответы на «многие жизненные вопросы, которые волнуют каждого из нас, — о человеческих страхах и ускользающей любви, о мужской мифологии и женских играх, о межпоколенческих конфликтах и сложных профессиональных дилеммах, об особенностях национального характера и мучительном расставании с советским прошлым, о том, почему люди выставляют частную жизнь на публичное обозрение и как они ведут себя в условиях шока». Соответственно, люди ходят в кино, потому что в кинокартинах «видятся характерные образцы того, как устроена, по крайней мере, часть нашей российской жизни» [15. С. 32], и именно кинофильмы формируют наши представления о героях и героизме, светлом будущем и справедливости [16–20] и т.д. В исследованиях кинематографа применяются разные методики [9], но в изучении зрительских предпочтений, как правило, используются либо качественные методики [3; 4; 13], либо массовые опросы [см., напр.: 2], однако заслуживают внимания и специализированные платформы, систематизирующие социальные эффекты кино. В целом российская социология кино «в настоящий момент находится в затруднительном положении и только проходит этапы своей институционализации» [5. С. 30; см. также 21] на фоне резкого усиления пропагандистской, идеологической и политической функций государства [14. С. 130, 146], и этот макроконтекст не может не влиять на зрительское восприятие кино и телевидения.

Анализируя ответы на вопрос, почему люди ходят в кино, следует вспомнить об истории жанров трагедии и комедии, впервые возникших в Древней Греции: предметом трагедии были события общественного значения, ее героями — люди высокого статуса (герои комедии — «всякий сброд», предмет — повседневные происшествия из частной жизни). Эсхил, Софокл и Еврипид отображали в трагедиях психологию, идеологию и философию представителей землевладельческой аристократии и торгового капитала на разных этапах их развития, и основой трагедии были ритуальные действия в честь Диониса, которым были присущи символические черты. Гомер, выдающийся древнегреческий поэт-сказитель, создатель эпических поэм «Илиада» и «Одиссея», безусловно, внес вклад в становление эстетического вкуса эллинов и заложил основы последующей традиции создания сценариев, спектаклей, оперы, балета и кино.

Социальную потребность людей в развлечениях, зрелищах и ритуалах удовлетворяли жанры трагедии, драмы и комедии. Если фильм — историческое продолжение театрального действия, то поставленный выше вопрос применительно к прошлому, вероятно, звучал бы так: почему древнегреческий народ любил ходить на трагедии и комедии. Вероятнее всего, потому что в таких постановках присутствовала притягательная эстетика структурирования времени в ритуализированных практиках, и данный паттерн сохраняется до сих пор: «Сосредоточившись на своем содержании, фильмы

принадлежат к театральной семье и продолжают древнюю историю драмы и комедии... только те движущиеся изображения, которые можно разумно рассматривать как произведения искусства, являются фильмами в онтологическом смысле» [28. С. 4, 6]. Отсюда следует, что хороший фильм — это качественная литература (сюжет, сценарий, пьеса, книга), неотразимая музыка, очаровательные голоса, живописные картинки, артистизм, эстетизм движений в кадре (фрейме), наполненное смыслами и значениями авторское киносодержание, которые соответствовать замыслу режиссера и гармонично сочетаются друг с другом.

Конечно, сегодня слово «кино» люди понимают преимущественно как развлечение, отдых, возможность переключиться на что-то приятное, поэтому кинопросмотр стал обширным по содержанию понятием, которое обозначает целостную структуру социальной жизни. Однако если фильм не является (ре)презентацией реальности, нам следует сосредоточиться на его уникальной способности дарить нам иллюзию чего-то реального [28. С. 13]. При ближайшем рассмотрении кадры (фреймы) фильма имеют тенденцию распадаться на мириады составных частей, часто без очевидной обусловленности или согласованности, поэтому хорошее кинопроизводство — результат интеграции эстетического, социального и технологического форматов, поэтому зритель способен адекватно интерпретировать информацию, превращая ее в том числе в практические действия в формате ритуализированных практик свободного времяпровождения. Социокультурные механизмы современного кино работают как некие «ментальные сжатия» разнообразных средств массовой информации и воздействия, которые в когнитивных срезах эстетически-художественной динамики зрительских образов как интеллектуальных (эпистемологических и гносеологических) моделей дают возможность оценить практики понимания фильма (дискурсивные зрительские оценки просмотра фильма — реальные результаты потребления кино). «Полезным и честным» воспроизводством концепций кино должны быть следующие компоненты: «восприятие, репрезентации, значения, повествовательные структуры, адаптации, оценки, идентификации, фигурации и интерпретации» [25. С. 3], которые встроены в перекрестную сеть кинокоординат. Эти компоненты надо стремиться уловить в нарративах зрителей, которые сопровождают фильм.

В качестве исходного исторического «кейса» мы рассмотрели работу Э. Альтенло, которая считается первой социологической работой о кино (с эмпирической частью), обосновывающей социальную роль кинематографа как мощного средства информации, влияющего на массового потребителя. В частности, не утратили своего значения следующие наблюдения Альтенло: «для кинозрителя одно из главных побочных преимуществ — темнота кинозала» [22. С. 8]; «каждый фильм явно несет в себе следы страны своего происхождения, и некоторые национальные особенности выражены настолько сильно и последовательно, что можно говорить о стольких типах фильмов,

сколько стран участвует в мировом кинопроизводстве; французский стиль кино стоял у колыбели всех остальных, поэтому ни одна пьеса не лишена французской пикантности и того провокационного ощущения, которое с трудом можно отделить от кинематографической драмы; но американцы полностью освободились от французских моделей и создали кинематографическую драму по своему вкусу. Их продукция больше, чем любая другая, несет в себе черты массового производства, и драма и юмор создаются по одному рецепту: в центре внимания женщина или девушка (героиня), которая защищает от враждебных индейцев город или корабль до прибытия спасателей. С ними появляется любовница типа «хороший человек». Демонстрируется удачная связь пейзажа и действия, чем часто достигаются восхитительные визуальные эффекты... Скандинавские фильмы, особенно датские, придали кинематографической драматургии новую ноту — социальной драмы. Немецкий стиль кино еще развивается, но уже характеризуется специфическими чертами, в частности сильная сентиментальность и трогательный романтизм заметны повсюду... Представлен и исторический, более патристический материал... а также «интимная» смесь загадочного энтузиазма и любопытства» [22. С. 11–12]. И сегодня мы хвалим фильмы за то, что они «затягивают», но обвиняем в создании иллюзий и разрушении нашего доверия (по крайней мере взрослые люди не верят в то, что видят на экране).

Представленные выше «компоненты» кино начала XX века работают и сегодня, что подтверждается следующими наблюдениями Э. Альтенло: «власти хотят воспрепятствовать благотворному и воспитательному эффекту просветительского кинематографа, потому что он побуждает людей думать» [22. С. 22]; «отдельные писатели, которые особенно сильны своим чутким отношением к настоящему... рассматривают кинодраму как новый художественный жанр» [11. С. 27]; «сама возможность фильма отчасти обусловлена простой формой сюжета — его должны понимать люди всех рас и культурных уровней» [22. С. 28]; «суть киноповествования — действия, совокупность последовательных событий» [22. С. 29]; «большинство посетителей кинотеатров — рабочие, т.е. люди, которые имеют ограниченные ресурсы... Для большинства из них поход в кино — воскресное развлечение... единственное время полного отрешения от... повседневной жизни» [22. С. 52]. «В чем причина огромной привлекательности кино... как оно привлекло аудиторию, которая была совершенно равнодушна к изображениям... Плата за вход невысокая, можно пойти в любое время и без особой подготовки. Важна и сильная чувственная направленность большинства киносpectаклей, с сопровождающей их приятной музыкой и притягательной темнотой, царящей в кинотеатре» [22. С. 55].

«По содержанию все кинопроизведения посвящены одному вопросу... что обуславливает их популярность... — это социальные проблемы. Кинодрамы изображают борьбу женщины — между чувственными инстинктами и кон-

фликтующими с ними социальными условиями. С одной стороны, она может стать проституткой, с другой — выйти замуж за мужчину, который обычно принадлежит к более высокому социальному классу» [22. С. 55]. Современный аналог — фильм «Интердевочка», который кардинально изменил отношение общества к «самой древней профессии», но ниже будут представлены и другие современные иллюстрации тезисов Альтенло. Определяя причины сильного увлечения молодежи кинофильмами, Альтенло справедливо утверждала, что для девушек это «любовь и моральные драмы», «лирические и сентиментальные сюжеты», а для юношей — «истории об индейцах и звероловах... для менее интеллектуально развитых зрителей», «войны и солдатские истории для более одаренных юношей» [22. С. 61]. Сравнительный анализ показал сохранение типичных запросов и стандартных реакций на схожие киносюжеты у молодежи спустя век. В принципе отношение к кино как одному из видов досуга и к кинофильму как отражению действительности не изменилось, особенно со структурной точки зрения: трактовка главных идей, их реализация и художественная оценка встроены в спектр драматических действий, главным носителем которых выступают персонажи/актеры, а главным потребителем — жаждущий отдохнуть кинозритель.

Другой вопрос, который возник после анализа ответов респондентов: в чем отличие фильма в кинозале от телесериала дома, помимо того, что последний способен репрезентировать оригинальный киномир, создавая динамичные, сложные и пересекающиеся сюжетные линии персонажей и предоставляя больше времени и повествовательного пространства для эмоционального взаимодействия с актерами. Т. Нанничелли, автор знаменитых идей о «темпоральной пролонгации» и «предварительной упаковке» кинофильма «готовыми» инструментами/смыслами [31], полагал, что художественный фильм в кинотеатре вынужден начинаться с нуля и постепенно создавать структуру взаимосвязанных персонажей и событий, чтобы обеспечить столь же сильную эмоциональную вовлеченность зрителя в кинозале, как и телевизионные сериалы. Иными словами, сочетание временной протяженности и доступности телесериала позволяет делать его эпизоды «предварительно упакованными» («готовыми») для быстрого развития самых интенсивных эмоций [20. С. 957–958]. Телевизионные криминальные драмы особенно подходят для изучения эпистемологического (киноотношения «объект–знание») — пределов наших способностей понимать, что произошло на самом деле и что за этим кроется, распознавая правду и ложь, морально сомневаясь в наших трактовках зла, насилия и справедливости. Согласно парадоксу болезненного искусства [31. С. 909], сильные негативные эмоции дают нам мощный импульс остановиться: наш внутренний голос буквально кричит «как можно меньше этого!».

Наше исследование базируется на теории «базовых компонентов нарративов как отличительных черт повествования» Г. Дэвида [29], которая

опирается на его концепт «темпоральных последовательностей» — описаний ситуаций и событий, развертывающиеся во времени». Соответственно, исследователь фокусирует внимание на «четырех фундаментальных компонентах нарратива: ситуационности, последовательности событий, создании/разрушении мира и феномене “каково это”» [29], и тогда «онтологию кинофильма» конституируют повествовательные фреймы в реальном пространстве–времени [29. С. 6].

Перечислим сначала социально-демографические характеристики посетителей тюменских кинотеатров: в основном это женская (порядка 70 %) и молодежная аудитория (средний возраст кинозрителя — 29 лет, доля кинозрителей до 25 лет — 50 %, до 35 лет — 60 %). Основную долю (60 %) составляют работающие люди, каждый третий посетитель — учащийся или студент (30 %). Значительная часть кинозрителей имеют достаточно низкие доходы (даже у 40 % работающих посетителей доход ниже 50 тысяч рублей). Существенная часть аудитории кинотеатра выбирает этот вид досуга не реже одного раз в месяц (43 % опрошенных в кинотеатре, 48 % — по телефону). «Ядро» аудитории кинотеатра (посещают не реже одного раза в месяц) — молодежь до 18 лет и женщины 19–40 лет. Посещение кинотеатра — коллективный вид досуга: в одиночку приходят лишь 5 %, чаще с семьей (57 %), в том числе с детьми (20 %), с друзьями и знакомыми (43 %). Предпочитаемый жанр — комедия и приключения (53 %), затем идет фантастика (41 %), ужасы/хоррор, детектив/триллер/криминал, драма/мелодрама и мультфильмы/анимация (32 %–35 %), исторические фильмы и боевик/блокбастер (примерно 25 %). Предпочитаемые жанры различаются по возрастам: до 18 лет — ужасы, 20–35 лет — комедии, приключения, фантастика; старше 36 лет — комедии и приключения; старше 46 лет — исторические фильмы. На выбор фильма влияет, прежде всего, трейлер (48 %), 30 % ориентируются на рекомендации друзей и знакомых, для 25 % важны актерский состав и режиссер, 24 % ориентируются на моду и лидеров мнений, случайно выбирают фильм 22 %, 20 % обращают внимание на рекламу в кинотеатре, 20 % проверяют рейтинги фильма. Факторы выбора кинотеатра: фильм, который хотелось бы посмотреть; удобный сеанс; местоположение; цена билетов (приоритетна для молодежи и пожилых). Критичная цена билета для тюменской аудитории — 400 рублей, при стоимости в 500 рублей 60 % откажется от посещения кинотеатра.

Ограниченный объем статьи не позволяет провести нарративный анализ всех фильмов, которые шли тюменских кинотеатрах в период опроса, поэтому мы кратко остановимся на их главных моментах, сюжетах и оценках, которые могут объяснить, почему люди идут смотреть эти фильмы в кинотеатрах. Так, фильм «Лед 3» занимает первое место в тюменском рейтинге по посещаемости, однако не на всех зрителей он произвел такое же сильное впечатление, как «Лед 1» и «Лед 2», поскольку создатели в третий раз вос-

произвели сюжетную формулу первых двух фильмов, заменив героев Саши Петрова и Аглаи Тарасовой на новых молодых актеров. В первом фильме всем понравилось буквально все: главные герои, их романтическая история, музыкальное оформление, трогательность и самобытность кинотекста. «Лед 2», по оценкам зрителей, сильно проигрывал первому фильму. Сюжет третьей части копирует «Лед 1», но теперь это история любви между повзрослевшей дочкой Горина и Лапшиной — Надей — и хоккеистом: красивые главные герои, знакомые песни, перепетые по-новому, грандиозный замерзший Байкал, яркая кинокартинка, добрый фильм о любви, заботе, целеустремленности, силе воли, поддержке любимых. История любви выглядит банально, но, тем не менее, красиво и трогательно, но сюжетным повторам не хватило искренности и романтизма первой части. По сути, постепенно в этой франшизе пропадает «нарративная сложность» — эпизодическая последовательность уже не формирует непрерывную историю, несмотря на сильные эмоции, переживания и конфликты, через которые проходят герои всех «Льдов», что еще раз фиксирует главный кинотренд — первичность эмоций в примитивно линейной повествовательной структуре.

«Мастер и Маргарита» — второй по популярности фильм у кинозрителей Тюмени. Это «другой взгляд» на роман М.А. Булгакова, который нравится большинству зрителей «картинкой и дизайном». Вместо тонкого юмора и сарказма Булгакова мы видим мрачную готическую картину, где идеи (нарративы) о квартирном вопросе и чрезмерной меркантильности, вечной жажде наживы, раскрываются в том числе через образ мрачной, футуристичной и разрушающейся Москвы, которая в конце концов становится похожей на преисподнюю (превращается в своего рода Готэм, где смех граничит с ужасом от происходящего). Поскольку это «адаптация», а не «экранизация», последовательность событий в фильме меняется по сравнению с первоисточником: понятный религиозный нарратив («вечная история» в романе Булгакова) растворяется — остается лишь идея о самовыражении и свободе на фоне крайне изобретательной эстетики.

«Холоп 2» — третий по рейтингу посещаемости фильм в Тюмени на период опроса. Это продолжение комедийного фильма «Холоп», которое получило противоречивые оценки: похвалу за масштаб, монтаж и «картинку», критику за неоригинальности и «бездушность» проекта, сюжет которого полностью копирует первый фильм, но в «женской» его версии.

«Бременские музыканты» — четвертый фильм в рейтинге. Его название отсылает к одноименной сказке братьев Гримм и одновременно к снятому в 1969 году анимационному мюзиклу по ее мотивам, который имел всенародный успех в СССР, хотя к ансамблю животных добавился Трубадур, а в основу сценария легла история двух влюбленных, которая переплетается с вечным конфликтом отцов и детей. Важной особенностью советского мультфильма стал броский визуальный нарратив, отсылающий зрите-

лей к культуре хиппи: брюки клеш, длинные волосы, пестрые расцветки, бродяжнический образ жизни, мода на зажигательную западную музыку и субкультурное самовыражение — все это находило отклик у советской молодежи. Фильм 2024 года в целом сохраняет визуальное пространство и музыкальное сопровождение мультфильма, и создатели современных «Бременских музыкантов» затрагивают те же проблемы (конфликт поколений, любовь, месть, поиск себя), но не доводят их до логического конца — все сюжетные линии подвисают в воздухе, что усложняет структуру повествования. Последовательность событий как таковая не меняется, но сюжет расширяется за счет историй о детстве Трубадура и музыкальном фестивале, которые меняют исходные идеи мультфильма как оригинальной истории. Герои теперь мечтают не только о свободе и любви, но также о богатстве (музыкальный фестиваль) и мести (за испорченное детство, проведенное в тюрьме). В результате фильм получил противоречивые оценки: позитивные — за красивую картинку, негативные — за не свойственные классическим историям мотивы цинизма, натужность прикрывающего их веселья, пугающих внешне и разочаровывающих на уровне характеров животных, новые песни, разрушающие ностальгические настроения и прежний всем полюбившийся сказочный мир.

«Три мушкетера: Миледи» — пятый в рейтинге Тюмени и единственный в этой пятерке зарубежный фильм, также вызвавший противоречивые оценки зрителей: с одной стороны, выдающаяся по выразительности картинка и убедительно показанное противостояние короля Франции Людовика XIII (католицизм) и английского министра герцога Бекингема (протестантизм); с другой стороны, слишком картонный образ французского короля со смешными и глупыми ритуалами (вопреки умным и точным действиям английского министра, который постоянно издевался и подшучивал над Людовиком XIII), а также удивительные для того времени лазерные технологии, используемые для защиты спальни королевы в 1625 году.

«Барби» — шестой фильм в рейтинге Тюмени, хотя в мировом кино ослепительно-розовая и беззаботная кукла Барби внезапно стала главной премьерой 2023 года. Вероятно, причина столь колоссального успеха не только гениальная маркетинговая раскрутка, но также визуально-сюжетная комбинация, позволившая под маской «розовой» комедии представить широкой аудитории множество важнейших социальных проблем. Хотя в основе сюжета лежит исключительно детский и «девчачий» нарратив (история всем известной куклы Барби), фильм определенно не ориентирован только на детей, а скорее играет на ностальгических настроениях женщин, выросших «с куклой Барби в руках», и нынешней «гендерной повестке»: Барби — это бренд, который выходит далеко за рамки «игрушки» и олицетворяет расширение прав и возможностей женщины. В фильме отчетливо прослеживаются идеи феминизма, ток-

сичной маскулинности, сексизма, взаимоотношений поколений, принятия себя и потери идентичности, созависимых отношений, равноправия и т.д. В целом создатели развернули серьезную дискуссию о месте человека в современном мире, балансируя на грани между привлекательной картинкой с «игрушечной» эстетикой (типичный коммерческий блокбастер) и важными экзистенциальными вопросами, не впадая в грубое морализаторство.

Таким образом, социологический анализ кино оформился уже в начале XX века в работах Э. Альтенло, чьи социологические размышления о специфике кино в разных странах, основанные на фактах, четких и систематических обобщениях и анализе социальной роли кинематографа, не утратили своей актуальности и методологического значения. Следуя предписаниям немецкой школы и опираясь на традицию опросов, которая сложилась в Германии, Альтенло тщательно изучала доступные ей компоненты кинематографа: аудиторию зрителей, их нужды, интересы, запросы, вкусы, привычки, предпочтения и ограничения, социальный состав. В контексте нарративного и дискурсивного анализа важен предложенный ею комплексный подход к кино как «развлечению», которое было сопоставлено с театром (драматическим, оперным, балетным, кукольным, пантомимным), музыкой, живописью, поэзией, литературой, фотографией, спортом — как инструмент утверждения ценностей разных социальных (статусных) групп в формате «зрелища». Сегодня нарративно-дискурсивный анализ позволяет понять не столько «что такое кино на самом деле», сколько причины, по которым кино до сих пор сохраняет свое повседневное и институциональное значения.

В концептуальном смысле социологические исследования кино, как правило, фокусируются на роли фильма в культурном и эстетическом смысле (кино как вид современного искусства или искусство, отражающее опыт современности). Однако кинематограф сопротивляется своему приравниванию к «седьмому искусству» по причине своей массовости (популярности) и потому гибридного статуса, что привело к формированию социологической теории кино как особого средства массовой информации, способного бросить вызов традиционным эстетическим теориям, в частности, благодаря таланту улавливать эфемерные, отвлеченные переживания современности. В свою очередь, эмпирические исследования кино позволяют увидеть, что сегодня особую популярность у массового зрителя приобретают фильмы, которые в большинстве своем отсылают к известным сюжетам, любимым героям и актуализированным знакомым нарративам, однако (ре) интерпретация старых историй во многом имеет визуально-эстетически-технологий характер, обеспечиваемый за счет утраты прежней смысловой наполненности без добавления новых социокультурных значений.

Библиографический список

1. Алексеенок А.А., Наливайко К.В., Поляков А.А. Социологический анализ влияния кинематографа на духовную жизнь современной молодежи // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 3.
2. Багрова А. Фонд кино и ВЦИОМ обрисовали портрет посетителя российского кинотеатра // Бюллетень кинопрокатчика. 2017. 27 февраля.
3. Ваньке А.В. и др. Как собрать данные в полевом качественном исследовании. М., 2021.
4. Готлиб А.С. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты. М., 2019.
5. Дармаева К.А. Развитие теоретических подходов в социологии кино // Восточный вектор: история, общество, государство. 2023. Вып. 3.
6. Жабский М.И. Социология кино. М., 2020.
7. Жабский М.И., Тарасов К.А. Российская социология кино в контексте развития общества // Социологические исследования. 2019. № 11.
8. Жабский М.И., Жидков В.С., Хренов Н.А. Кино и коллективная идентичность. М., 2013.
9. Корте Г., Дрекслер П., Роденберг Г.-П., Тиле Й. Введение в системный кино-анализ с примерами исследований на материале фильмов «Забриски Поинт» (Антониони, 1969), «Мизери» (Райнер, 1990), «Список Шиндлера» (Спилберг, 1993), «Ромео и Джульетта» (Лурман, 1996). М., 2020.
10. Мартыненко Т.С. Кино как предмет социологического анализа: особенности современного кинематографа // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2023. Т. 29. № 2.
11. Каспэ И.М. «Я есть!»: позднесоветское кино через призму реляционной социологии Харрисона Уайта (et vice versa) // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. № 3.
12. Петрова А.П. Культурный герой и экранный герой: сущностные характеристики образа // Художественная культура. 2021. № 1.
13. Полухина Е.В. и др. Практики анализа качественных данных в социальных науках. М., 2023.
14. Полуэхтова И.А., Овчинская Е.В. Телевидение в периоды общественных кризисов // Знание. Понимание. Умение. 2023. № 3.
15. Радаев В. Смотрим кино, понимаем жизнь: 20 социологических очерков. М., 2023.
16. Субботина М.В. Применение метода неоконченных предложений в изучении понятий со сложными коннотациями: концептуализация героизма и справедливости // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 5.
17. Субботина М.В. Негероические герои: два подхода к анализу медийных образов // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021 Т. 21. № 3.
18. Троцук И. Дискурсивное конструирование социальной реальности: концептуальные основания и эмпирические приемы разоблачения «скверных» практик // Социологическое обозрение. 2014. Т. 13. № 2.
19. Троцук И.В., Субботина М.В. Оценка влияния кинематографа на социальные представления о героизме: апробация одного подхода // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 4.
20. Троцук И.В., Субботина М.В. Счастье и героизм, личное и коллективное как основные элементы «светлого будущего» в советской (не) утопии // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2019. Т. 19. № 4.
21. Шарков Ф.И. Генезис социологии медиапространства // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3.
22. Altenloh E. Zur Soziologie des Kino. Heidelberg Sophie Digital Library, 1914.
23. Altenloh E. A Sociology of the cinema: The audience // Screen. 2001. Vol. 42. No. 3.
24. Andrew D.J. The Major Film Theories. An Introduction. Oxford, 1976.
25. Andrew D. Concepts in Film Theory. Oxford, 1984.
26. Andrew D. The core and the glow of film studies // Critical Inquiry. 2009. Vol. 35. No. 4.

27. *Bartmanski D.* I conicity // *The Sage Handbook of Cultural Sociology* / Ed. by D. Inglis, A.-M. Almila. Sage, 2018.
28. *Boardman F.* Film ontology: Extension, criteria and candidates // *The Palgrave Handbook for the Philosophy of Film and Motion Pictures* / Ed. by N. Carroll, L. di Summa Knoop, Sh. Loht. L., 2019.
29. *Herman D.* Basic Elements of Narrative. Wiley-Blackwell, 2009.
30. *Keating P.* Narrative and the moving image // *The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures* / Ed. by N. Carroll, L. di Summa Knoop, Sh. Loht. L., 2019.
31. *Nannicelli T.* The television medium // *The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures* / Ed. by N. Carroll, L. di Summa Knoop, Sh. Loht. L., 2019.
32. *Prinz J.* Affect and motion pictures // *The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures* / Ed. by N. Carroll, L. di Summa Knoop, Sh. Loht. L.; 2019.
33. *Stepanov B.* “Coming soon?”: Cinematic sociology and the cultural turn // *Russian Sociological Review*. 2020. Vol. 19. No. 4.
34. *Sinnerbrink R.* Cinematic experience: From moving images to virtual reality // *The Oxford Handbook of Film Theory* / Ed. by K. Stevens. Oxford, 2022.
35. *Trotsuk I.* When methodology beats techniques; or, why we prefer discourse and narrative analysis to interpret textual data // *Russian Sociological Review*. 2015. Vol. 14. No. 3.
36. *Trotsuk I.* “To trust or not to trust” is not the question; “How to study trust” is much more challenging task // *Russian Sociological Review*. 2016. Vol. 15. No. 4.
37. *Tudor A.* Sociology and film // *The Oxford Guide to Film Studies* / Ed. by J. Hill, P.C. Gibson. Oxford, 1998.
38. *Tudor A.* Decoding Culture: Theory and Method in Cultural Studies. Sage, 1999.
39. *Wejbert-Wąsiewicz E.* Film and cinema as a subject of sociological study: Between tradition and the present // *Acta Universitatis Lodzianensis Folia Sociologica*. 2020. Vol. 73.

DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-3-824-839

EDN: GBWWLU

Cinematic sociology: Narrative assessments of the audience practices*

E.V. Andrianova^{1,2}, V.A. Davydenko¹

¹University of Tyumen,

Volodarskogo St., 6, Tyumen, 625003, Russia

²West-Siberian Branch of FCTAS RAS,

Sverdlova St., 5, bldg. 2, Tyumen, 625003, Russia

(e-mail: e.v.andrianova@utmn.ru; v.a.davydenko@utmn.ru)

Abstract. The relevance of the issue under consideration is determined by at least two circumstances: first, leading representatives of cinematic sociology point to a sharp reduction in the number of empirical studies of films due to the “lack of proper informational and sociological support for the Russian cinema” [3. P. 74; 22. P. 152]; second, the narrative turn continues, “emphasizing the textual nature of all social practices” [24. P. 48] and the temporal

* © E.V. Andrianova, V.A. Davydenko, 2024

The article was submitted on 10.03.2024. The article was accepted on 14.06.2024.

characteristics of films. The authors, having conducted surveys of Tyumen moviegoers, which were ordered by the cinema owners in the spring of 2024 (N = 2502), use narrative analysis to explain moviegoers' practices based on the rhetorical-functional theory of narrativity [19] and other relevant scientific approaches. Three groups of respondents were questioned: two target samples structured by gender, age, income and place of residence (582 people in cinemas using personal interviews; 438 people from the cinemas' customer base using telephone interviews), and 1462 residents of Tyumen, and this sample was stratified by gender and age taking into account the characteristics of the cinemas' target audience. The comparative historical method of narrative analysis was also used — the collected data were compared with materials on similar issues obtained by E. Altenloh 110 years ago [11; 12]. The article presents some empirical data with the results of analysis which included both formal procedures and those based on systematization of specialized literature and media discourses. The authors make the following conclusions: first, films that refer to famous plots, favorite characters and current narratives become especially popular with the mass audience; second, new interpretations of old stories have become key factors in the development of the contemporary film industry which largely sacrifices the semantic content for new aesthetic technologies.

Key words: cinematic sociology; sociology of film; narrative analysis; moviegoer practices; cinema; movie

References

1. Alekseenok A.A., Nalivaiko K.V., Polyakov A.A. Sotsiologichesky analiz vliyaniya kinematografa na dukhovnyuyu zhizn sovremennoj molodezhi [Sociological analysis of the cinematic influence on the spiritual life of the contemporary youth]. *Izvestiya TulGU. Gumanitarnye Nauki*. 2023; 3. (In Russ.).
2. Bagrova A. Fond kino i WCIOM obrisovali portret posetatelya rossijskogo kinoteatra [Cinema Fund and WCIOM outlined a portrait of the Russian moviegoer]. *Byulleten Kinoprokatchika*. 2017. February. (In Russ.).
3. Vanke A.V. et al. *Kak sobrat dannye v polevom kachestvennom issledovanii* [How to Collect Data in the Qualitative Field Study]. Moscow; 2021. (In Russ.).
4. Gotlib A.S. *Kachestvennoe sotsiologicheskoe issledovanie: poznavatelnye i ekzistentsialnye gorizonty* [Qualitative Sociological Research: Cognitive and Existential Horizons]. Moscow; 2019. (In Russ.).
5. Darmaeva K.A. Razvitie teoreticheskikh podkhodov v sotsiologii kino [Development of theoretical approaches in cinematic sociology]. *Vostochny Vektor: Istoriya, Obshchestvo, Gosudarstvo*. 2023; 3. (In Russ.).
6. Zhabsky M.I. *Sotsiologiya kino* [Cinematic Sociology]. Moscow; 2020. (In Russ.).
7. Zhabsky M.I., Tarasov K.A. Rossijskaya sotsiologiya kino v kontekste razvitiya obshchestva [Russian cinematic sociology in the context of social development]. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 2019; 11. (In Russ.).
8. Zhabsky M.I., Zhidkov V.S., Khrenov N.A. *Kino i kollektivnaya identichnost* [Cinema and Collective Identity]. Moscow; 2013. (In Russ.).
9. Korte G., Dreksler P., Rodenberg G.-P., Tile J. *Vvedenie v sistemny kino-analiz s primerami issledovanij na materiale filmov "Zabriskie Pojnt" (Antonioni, 1969), "Misery" (Rajner, 1990), "Spisok Schindlera" (Spielberg, 1993), "Romeo and Juliet" (Lurman, 1996)* [Introduction to the Systematic Film Analysis with Research Examples Based on the Zabriskie Point (Antonioni, 1969), Misery (Rainer, 1990), Schindler's List (Spielberg, 1993), Romeo and Juliet (Luhmann, 1996)]. Moscow; 2020. (In Russ.).
10. Martynenko T.S. Kino kak predmet sotsiologicheskogo analiza: osobennosti sovremennoogo kinematografa [Movie as an object of sociological analysis: Features of the contemporary cinema]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i Politologiya*. 2023; 29 (2). (In Russ.).

11. Kaspe I. “Ya est!”: pozdnesovetskoe kino cherez prizmu relyatsionnoj sotsiologii Harrisona Whitae (et vice versa) [“I still exist!”: Late Soviet cinema through the prism of the relational sociology of Harrison White (et vice versa)]. *Russian Sociological Review*. 2017; 16 (3). (In Russ.).
12. Petrova A.P. Kulturny geroj i ekranny geroj: sushchnostnye kharakteristiki obraza [Cultural hero and screen hero: Essential characteristics of the image]. *Khudozhestvennaya Kultura*. 2021; 1. (In Russ.).
13. Polukhina E.V. et al. *Praktiki analiza kachestvennyh dannyh v sotsialnyh naukah* [Practices of Analysis of Qualitative Data in Social Sciences] Moscow; 2023. (In Russ.).
14. Poluekhtova I.A., Ovchinskaya E.V. Televidenie v periody obshchestvennyh krizisov [Television in times of social crises]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*. 2023; 3. (In Russ.).
15. Radaev V. *Smotrim kino, ponimaem zhizn: 20 sotsiologicheskikh ocherkov* [Watching Movies, Understanding Life: 20 Sociological Essays]. Moscow; 2023. (In Russ.).
16. Subbotina M.V. Primenenie metoda neokonchennyh predlozhenij v izuchenii ponyatij so slozhnymi konnotatsiyami: konceptualizatsiya geroizma i spravedlivosti [Application of the unfinished sentences technique in the study of concepts with complex connotations: Conceptualization of heroism and justice]. *Obshchestvo: Sotsiologiya, Psikhologiya, Pedagogika*. 2021; 5. (In Russ.).
17. Subbotina M.V. Negeroicheskie geroi: dva podkhoda k analizu medijnyh obrazov [Non-heroic heroes: Two approaches to the analysis of media images]. *RUDN Journal of Sociology*. 2021; 21 (3). (In Russ.).
18. Trotsuk I. Diskursivnoe konstruirovanie sotsialnoj realnosti: kontseptualnye osnovaniya i empiricheskie priemy razoblacheniya “skvernyh” praktik [Discursive construction of social reality: Conceptual foundations and empirical devices for unmasking the “abominable” practices]. *Russian Sociological Review*. 2014; 13 (2). (In Russ.).
19. Trotsuk I.V., Subbotina M.V. Otsenka vliyaniya kinematografa na sotsialnye predstavleniya o geroizme: aprobatsiya odnogo podkhoda [Assessment of the cinematographic influence on social representations of heroism: Approbation of an approach]. *Kommunikologiya*. 2018; 6 (4). (In Russ.).
20. Trotsuk I.V., Subbotina M.V. Schastie i geroizm, lichnoe i kollektivnoe kak osnovnye elementy “svetlogo budushchego” v sovetskoj (ne) utopii [Happiness and heroism, personal and collective as main elements of the ‘bright future’ in the Soviet (non) utopia]. *RUDN Journal of Sociology*. 2019; 19 (4). (In Russ.).
21. Sharkov F.I. Genezis sotsiologii mediaprostranstva [Genesis of sociology of media space]. *RUDN Journal of Sociology*. 2021; 21 (3). (In Russ.).
22. Altenloh E. *Zur Soziologie des Kino*. Heidelberg Sophie Digital Library; 1914.
23. Altenloh E. A sociology of the cinema: The audience. *Screen*. 2001; 42 (3).
24. Andrew D.J. *The Major Film Theories. An Introduction*. Oxford; 1976.
25. Andrew D. *Concepts in Film Theory*. Oxford; 1984.
26. Andrew D. The core and the glow of film studies. *Critical Inquiry*. 2009; 35 (4).
27. Bartmanski D. I conicity. Inglis D., Almila A.-M. (Eds.). *The Sage Handbook of Cultural Sociology*. Sage; 2018.
28. Boardman F. Film ontology: Extension, criteria and candidates. Carroll N., di Summa Knoop L., Loht Sh. (Eds.). *The Palgrave Handbook for the Philosophy of Film and Motion Pictures*. London; 2019.
29. Herman D. *Basic Elements of Narrative*. Wiley-Blackwell; 2009.
30. Keating P. Narrative and the moving image. Carroll N., di Summa Knoop L., Loht Sh. (Eds.). *The Palgrave Handbook for the Philosophy of Film and Motion Pictures*. London; 2019.
31. Nannicelli T. The television medium. Carroll N., di Summa Knoop L., Loht Sh. (Eds.). *The Palgrave Handbook for the Philosophy of Film and Motion Pictures*. London; 2019.
32. Prinz J. Affect and motion pictures. Carroll N., di Summa Knoop L., Loht Sh. (Eds.). *The Palgrave Handbook for the Philosophy of Film and Motion Pictures*. London; 2019.

33. Stepanov B. “Coming soon?”: Cinematic sociology and the cultural turn. *Russian Sociological Review*. 2020; 19 (4).
34. Sinnerbrink R., Stevens K. Cinematic experience: From moving images to virtual reality. *The Oxford Handbook of Film Theory*. Oxford; 2022.
35. Trotsuk I. When methodology beats techniques; or, why we prefer discourse and narrative analysis to interpret textual data. *Russian Sociological Review*. 2015; 14 (3).
36. Trotsuk I. “To trust or not to trust” is not the question; “How to study trust” is much more challenging task. *Russian Sociological Review*. 2016; 15 (4).
37. Tudor A. Sociology and film. Hill J., Gibson P.C. (Eds.). *The Oxford Guide to Film Studies*. Oxford–New York; 1998.
38. Tudor A. *Decoding Culture: Theory and Method in Cultural Studies*. Sage; 1999.
39. Wejbert-Wąsiewicz E. Film and cinema as a subject of sociological study: Between tradition and the present. *Acta Universitatis Lodzianis Folia Sociologica*. 2020; 73.