

Елизавета Жданкова

Кинотеатр для «нового человека»:

ДОСУГ И КИНО В СССР В 1920-е ГОДЫ

Elizaveta Zhdankova

Cinema theatres for the “new man”: leisure and cinema in the USSR in the 1920s

Елизавета Жданкова (независимый исследователь) ezhdankova@gmail.com.

Elizaveta Zhdankova (Independent researcher) ezhdankova@gmail.com.

Ключевые слова: кинотеатр, досуг, 1920-е, новый человек, новый зритель, нэп

Key words: new man, new soviet viewer, new economic policy

УДК/UDC: 379.8.093.

DOI: 10.53953/08696365_2022_175_3_122

УДК/UDC: 379.8.093.

DOI: 10.53953/08696365_2022_175_3_122

На протяжении 1920-х годов существовало представление о том, что новому пролетарскому зрителю нужно качественно другое кино, кинотеатры и досуг в целом, нежели до-революционной публике. В контексте утопического проекта о «новом человеке» и «новом быте» рассматривается вопрос о том, кто такой «новый советский зритель», насколько вообразимый идеологами «новый зритель» и приписываемые ему потребности соотносились с запросами реальной аудитории городских кинотеатров периода нэп. Через призму этого идеологического конструкта обозначается идейный разрыв между проектом советского кино как части культурной революции и досуговыми практиками первого послереволюционного десятилетия.

In the 1920s, there existed a conception of new proletarian viewers who needed a different kind of cinemas and leisure than the pre-revolutionary public. The article is devoted to the image of the “new soviet viewer” in the wider context of a utopian project about the “new man” and the “new everyday life”. It considers a correlation between the “new viewers” imagined by ideologists and the interests attributed to them and the demands of the real audience of the city cinemas of the NEP period. The conceptual gap between the project of Soviet cinema as part of the Cultural Revolution and the leisure practices of the first post-revolutionary decade is highlighted through the prism of this ideological construct.

В СССР, как и во многих других странах в 1920-е годы, наиболее востребованными оставались старые привычные форматы отдыха, и одним из самых популярных видов городского досуга¹ был кинематограф. На протяжении 1920-х годов существовало представление о том, что новому пролетарскому (кино)зрителю нужно качественно другое кино, нежели старой — преимущественно буржуазной — публике. Нередко вокруг этого тезиса велись дебаты, как и вокруг самой идеи пролетарской культуры, однако характерно само возникновение этой идеи. В период новой экономической политики кино находилось в странном положении полугосударственного, участного бизнеса, когда советский кинопрокат предпринимал попытки сделать идеологические

1 Я намеренно опускаю вопрос о кинофикации и развитии кинотеатральной сети в деревне, поскольку в идеологической политике государства кинофикация и использование кино в качестве агитационного инструмента (как политического, а также антирелигиозного, антиалкогольного) во многом было нацелено на деревню, и ситуация с деревенским кинопрокатом разительно отличалась от городского.

«товары» популярными и коммерчески выгодными в глазах зрителя. Зачастую те меры, которые принимались руководителями киноиндустрии для советизации кинематографа, не отвечали скромным требованиям зрителей. Я рассмотрю некоторые аспекты организации кино как досуга, в частности попытки совместить развлекательный и пропагандистский компоненты, а также то, как это воспринималось зрителями в первое послереволюционное десятилетие. Как должен был проводить свое свободное время новый советский зритель и был ли он действительно новым?

Образ «нового советского человека» и «нового зрителя» в виде идеологического конструкта вскользь упоминается во многих исследованиях, посвященных кинематографу и в целом культурной политике 1920-х годов (см., например: [Плаггенборг 2000; Цивьян 1991; Kenez 2001; Youngblood 1992]). Гораздо реже исследователи обращают на него отдельное внимание и работают с теми смыслами, которыми идеологи или художники наделяли это понятие и изучали «нового зрителя» [Тогорова 2017]. Автор одной из самых значительных работ, посвященных изучению нового советского зрителя, Г. Юсупова, анализируя наиболее популярные фильмы 1920-х годов, приходит к следующему выводу:

...государство, власть, идеологический аппарат были заинтересованы в едином зрителе и пытались, «политизируя» досуг, содействовать его «целостности» посредством организованных бесплатных посещений, коллективных культпоходов, через цензурное регулирование репертуара, ценовую политику и т.д. [Юсупова 2016: 263].

Отталкиваясь от идеи понимания кинотеатра как популярного места проведения массового досуга, я рассматриваю, какие шаги предпринимались для того, чтобы утопический проект о «новом человеке» и «новом быте» воплотился в жизнь — и почему воображаемый идеологами «новый зритель» не соответствовал реальному зрителю, оказывавшему сопротивление предписываемым ему потребностям. Моя задача — обозначить разрыв между проектом, конструирующим кино как части культурной революции, и реальными практиками периода нэпа. Можно констатировать, что в 1920-е годы так и не сложился новый вид досуга в кино и не сформировался «новый человек», который коренным образом иначе проводил бы свое свободное время. Одновременно реальный советский зритель, безусловно, представлял собой новый тип субъекта, который отличался как от зрителя дореволюционного, так и от идеологически конструируемого «нового зрителя».

«Новый зритель»

Кем (не) был тот самый советский человек в кинотеатре — «новый зритель»? Этот вопрос обсуждали во многих организациях — он занимал членов Ассоциации революционной кинематографии (АРК), ВГИКа, Общества друзей советского кино, Пролеткульта, Наркомпроса и других организаций, несколько лет даже существовал журнал под названием «Новый зритель». В центре внимания их дискуссий оказывались «новые люди»: «новизна» их прежде всего классовая, гендерная, возрастная, а также национальная и (анти)религиозная. Референтная группа «новых людей» включала и многочисленное крестьянство, принесшее с собой в город черты деревенской культуры досуга.

Новым адресатом всей культурной политики в соответствии с общей идеологической рамкой становятся в первую очередь рабочие и крестьяне. Рабочие, живущие в городах, представляются одновременно и наиболее важными, и наиболее требовательными зрителями. Так, в журнале АРК, члены которой наиболее активно обсуждали вопрос о «новом зрителе», рисуется идиллическая картина рабочего, требующего чего-то качественно отличного от того, чего хочет мещанин:

После революции в кино пришел новый зритель — рабочий, рабочий интеллигент, красноармеец-крестьянин. (В ближайшие годы надвигаются многомиллионные массы зрителя чисто крестьянского.) Мелкая буржуазия отходит на задний план, и очень скоро ее заставят смотреть то, что будет требовать рабочий².

Самим зрителям образ «нового человека — правильного зрителя советского кино» транслировался через популярную кинематографическую прессу, которую зрители покупали в кинотеатрах. В более специальных журналах — в первую очередь в «Киножурнале А.Р.К.» — уже сами кинематографисты дискутировали на тему «нового зрителя», его потребностей и путей воспитания.

В число «новых людей» не вошли не только нэпманы, «бывшие», мелкая буржуазия и т.д., но и их дети, несмотря на то что именно дети были важнейшими объектами воспитания в целом. О детях рабочих и крестьян идеологи в первую очередь говорили в терминах «людей новой расы», «людей будущего», «граждан 1940-го года» и т.д. Задача воспитания нового, лояльного к власти и революционно настроенного поколения зрителей прямым образом отразилась и на интересе властей к развитию детского кинематографа. В 1920-е годы конструировался образ «нового зрителя», испытывающего потребность в определенном наборе ценностей: познавательность фильмов, их революционная направленность, интерес к бытовым сюжетам, аскетичность обстановки и культурность досуга в целом.

«Твердые рельсы науки»

Задача воспитания «нового зрителя» тесно переплеталась с особенностью кинематографа первого десятилетия советской власти, который должен был одновременно быть и коммерчески успешным, востребованным у зрителя, и идеологически выверенным. Режиссеров упрекают в ориентации на старого дореволюционного зрителя, который противопоставляется зрителю новому, массовому:

...на первой очереди, мне думается, стоит вопрос об изучении зрителя. Наши старые режиссеры, да и молодые (чего закрывать глаза), живут знанием обывательских, в лучшем случае — интеллигентских вкусов и психологии. О массовом рабочем, а тем более крестьянском зрителе они знают мало или ничего. Чтобы воздействовать на зрителя, надо знать, в какую точку его психики направить определенное воздействие экрана и как образ им воспринимается. Американцы, изучая своего зрителя, ищут у него самой слабой струнки и на нее бьют. Оттого их картины действуют разлагающе на классовое сознание рабочих масс. Нам надо ис-

2 Лебедев Н. 67 ответов // Киножурнал А.Р.К. 1925. № 1. С. 21.

кать, может быть, самой сильной струнки у нашего массового зрителя. Искания уже начались³.

Эти искания начались в форме социологических исследований, которые должны были строго научным методом выявить потребности и предпочтения нового зрителя, в зависимости от его возраста, социального происхождения, партийности и других показателей:

...работа советской кинематографии в ближайшие 3—5 лет (пока пролетариат не выкует новых кинопроизводственников) сугубо сложна: на базе неустойчивого современного быта чужими руками создавать нужные рабочему и крестьянину картины. И здесь во весь рост встает вопрос о переходе от интуитивных методов работы на твердые рельсы науки⁴.

Научный подход к изучению потребностей рабочего зрителя стал большим направлением в АРК, внутри которой была организована отдельная социологическая секция, которая занималась созданием и обработкой социологических анкет. Первый опыт опроса кинозрителей положил начало большому научному изучению кино, в печатном органе АРК создана отдельная рубрика «Вопросы социологии кино». Подъем интереса к социологии кино и непосредственно к потребностям зрителей как раз пришелся на 1920-е годы [Фохт-Бабушкин 2013]. В поздние 1920-е и первой половине 1930-х годов произошла политизация исследовательской практики, и фокус сместился в пользу изучения физиологии, а затем психологии кинозрителей [Тогорова 2017], а метод анкетирования и опросов ушел в прошлое. Анкеты позволяли услышать лишь часть голосов, выборка была узкой, однако это был один из самых богатых источников по изучению мнений кинозрителей. Несмотря на то что самое важное в кино — просмотр фильма, изучение касалось и вопросов бытовой неустраивенности, и условий просмотра кинокартины [Zhdankova 2013]. Из этих анкет мы обнаруживаем, что кинематограф представлялся посетителям неким досуговым центром, вокруг которого могла быть устроена целая индустрия, как это делалось, например, в США и Европе. Но важнейшим вопросом в после-революционное время было хотя бы обеспечение доступности кино для рабочих масс.

Образ «нового зрителя» — культурного и сознательного — нередко проговаривался через дуализм и противопоставление. «Новый зритель» — это зритель *не буржуазный, не западный, не мещанский*. Так, пресса высмеивала мещанский настрой зрителей и подчеркивала отличие советского кинотеатра и кинозрителя от западного. Это отличие во многом заключалось в советском антураже, в обстановке фойе (наличие читален, плакатов, лозунгов, красных уголков), идеологизированности репертуара, но сами практики посещения кинотеатров незначительно отличались от дореволюционного периода или западных стран. Посещение кинотеатров нередко рассматривалось в негативном ключе — как бездеятельный досуг и праздное времяпрепровождение. Предполагалось, что новый рабочий зритель должен проводить свое время деятельно и «учиться» на примере кинофильмов, а не приходить в кино для

3 Курс А. О кинообщественности, зрителе и некоторых неприятных вещах // Кино-журнал А.Р.К. 1925. № 3. С. 3.

4 Лебедев Н. 67 ответов. С. 23.

праздного отдыха. И если рабочему хотелось кино, то правильным было бы отправиться за этим в рабочий клуб.

В рабочий клуб или в кинотеатр?

После окончания Гражданской войны стремительно растет сеть рабочих клубов, которые должны были обеспечивать культурный досуг рабочего непосредственно при производстве, влетая тем самым досуг в ткань идеологической повестки [Ульянова 2017]. Клубы компенсировали недостаток культурных учреждений на рабочих окраинах. Через клубные организации в рабочую среду должны были проникать новая пролетарская культура и представления о новом быте, которые конкурировали бы за время рабочего с кабаками, церковью и теми заведениями, которые толкали его на девиантное поведение. Нередко основным мотивом для того, чтобы отправиться в рабочий клуб, было именно кино. Послереволюционная система советского кинопроката была четко разделена на коммерческие кинотеатры, привычные для западного и дореволюционного кино и так называемый клубный прокат, то есть кинопоказы в рабочих клубах при заводах и разных учреждениях. Попытки власти организовать отдельные кинотеатры для «нового зрителя» и идея пролетарской культуры вступали в противоречие с потребностями самой публики: власть создавала новые клубы в рабочих районах, но они не пользовались популярностью среди публики из-за отсутствия инфраструктуры; привлекательными оставались «неправильные» буржуазные кинотеатры с хорошими оркестрами и просторными залами. Вместе с тем и в адрес клубов ближе к закату нэпа копилась претензия за чрезмерное увлечение кинопоказами⁵. Причина состояла в том, что вопреки идеологическим ориентирам клубы рассматривали кино как одну из существенных статей дохода и старались получить популярные у зрителей фильмы, не всегда отвечающие идеологической задаче клубной работы и целям воспитания людей новой формации.

Кинопоказ в клубе мыслился как акт коллективный, поскольку коллективизм и массовость — это главные черты нового досуга «нового человека». На крупных предприятиях создавались условия для досуга рабочего и его семьи, пользуясь терминологией эпохи, «без отрыва от производства». В условиях, когда индивидуализм в отдыхе не поощряется, сама структура и организация пространства должна была работать на вынужденное взаимодействие и коллективные формы времяпрепровождения. Самые смелые умы, наподобие Константина Мельникова, так поясняли новую архитектуру клубов:

Новый же быт, современный, требует от строителей и новых форм архитектуры, поэтому принципиальную сторону клубного дела следует уточнить и выразить ее конкретно. Чтобы приучиться быть общительным, работа ведется не в отдельном изолированном помещении, а на открытой арене, на публичных глазах масс, следовательно в здании должна быть система залов [Мастера... 1975: 164].

Рабочему приписывается потребность в первую очередь в полезном занятии: «Малосознательный рабочий ищет прежде всего развлечение и всякий труже-

5 После VII съезда профсоюзов СССР // Рабис. 1927. № 1. С. 6.

ник отдых»⁶. Развлекательные, «неправильные» виды времяпрепровождения должны были служить приманкой для рабочего, который потом постепенно перековывался бы и переходил в другие, более важные кружки, привыкая к обстановке клуба. Даже если фильмы не соответствовали идеологическим требованиям, отказаться от показа кино нередко означало потерять публику вовсе: «Юнсекция возражала против этой картины, но боялась, что без кино-постановки молодежь перестанет ходить в клуб и согласится на “Варьетэ”»⁷. Газеты и журналы публиковали списки кинофильмов, одобренных для клубного проката, таким образом выделяя отдельную категорию клубного кино. Показы в клубах происходили несколько раз в неделю. Для рабочих, относящихся к данному клубу, устанавливалась специальная льготная цена, но даже для посторонних билеты на такие показы были значительно дешевле, чем в хороших коммерческих кинотеатрах. Дискурс о кардинальном отличии публики этих заведений был устойчивым на протяжении 1920-х — начала 1930-х годов, и считалось, что зрители разных социальных слоев предпочитают кинотеатры разного толка⁸.

Несмотря на декларируемый классовый дискурс, публика зачастую смешивалась и будущие «новые люди» предпочитали проводить время по-старому. Многие рабочие предпочитали кинотеатры в центре города, так называемые кинотеатры первого экрана, где шли премьеры и фильмы в хорошем качестве. Они доходили до кинотеатров и клубов на рабочих окраинах через несколько недель, а то и месяцев, уже потрепанными и потерявшими свою популярность. Идея продвижения клубного кино некоторое время витала в воздухе. Однако через десять лет после Октябрьской революции, в 1927 году, стало невозможным отрицать преобладающий интерес рабочего зрителя к «буржуазным» кинотеатрам. В рамках подготовки к всесоюзному совещанию по кинематографии в 1928 году проводились опросы рабочих кинозрителей как в кинотеатрах, так и в клубах, и одной из принципиальных задач этих опросов было выяснить, почему зрители предпочитают для своего досуга именно кинотеатры⁹.

Результаты опросов показали, что «новому человеку», так же как и «старому», хотелось прежде всего комфорта — одной идеи нового революционного пространства в клубе было недостаточно. Этот вывод шел вразрез с идеями пролетарской культуры и ориентацией Пролеткульта на борьбу с мещанством и обывательщиной [Булавка 2012]. Рабочий зритель отвечал, что он предпочитает кинотеатры, потому что в них можно отдохнуть культурно, в приятной атмосфере, без давки:

В государственных театрах помещение обширнее, там есть и курилка, и фойе хорошее. Если кто что и сделал, то к нему подойдут и сделают вежливый выговор. А у нас разговор короткий, если сделал что-нибудь, то подойдут к тебе и за шиворот или толкнут в бок. В государственных театрах этого нет¹⁰.

6 Селицкий П. Рабочие клубы // Вестник профсоюзов. 1923. № 1. С. 77.

7 За культурный досуг молодежи. Информационный обзор. М.: Мосполиграф, 1928. С. 33—34.

8 Скородумов Л. Зритель и кино // Пролетарское кино. 1932. № 19—20. С. 49.

9 Голос рабочего кинозрителя по вопросам кино // Российский государственный архив литературы и искусства (РГАЛИ). Ф. 645. Оп. 1. Д. 363.

10 Там же. Л. 14.

Число хулиганов в клубах сводило на нет идею об ответственном и целеустремленном «новом человеке»: «Не пройдет ни одного концерта, киносеанса, ни одной лекции, чтобы местная шпана не напомнила о себе: то шапку собьют с кого-нибудь, то растащат товар с буфета, то ни за что ни про что осмеют, освищут артистов»¹¹. Администраторы кинотеатров хорошо понимали запрос на культурное времяпрепровождение:

...кино в клубе — это лишь цеховое кино, где рабочие и служащие одного предприятия, или шире — одного союза — варятся в собственном соку, где у них является запрос побыть «на людях». Этот запрос — существенный фактор в деле существования коммерческих кино, где во многих случаях и тепло, и светло, и шумно, и хорошие оркестры, и оборудованные читальни, и шашки, и шахматы, т.е. все то, что отвлекает посетителя от повседневных мелочных забот¹².

Одним из аргументов зрителей в предпочтении кинотеатров оказался интерес к кинохронике, которую показывали в начале сеанса: «Недостаток в том, что киножурнал попадает в клуб через год, после того как вышел в городе. Если кинохроника запаздывает, то какого черта ее смотреть?»¹³ Это слова рабочего с крупной ткацкой фабрики, где работало около четырех тысяч человек, клуб этой фабрики считался хорошим. Его коллеги высказывают те же претензии. Недовольны организацией просмотров кино в клубах были рабочие с крупных фабрик и заводов, которые могли позволить себе организовать досуг лучше, чем более мелкие предприятия. В клубы картины приходили в уже очень потрепанном состоянии, и из-за разрывов пленки иногда было даже сложно следить за сюжетом. Помимо всего прочего, клубы принимали зрителей всего несколько раз в неделю¹⁴, в то время как кинотеатры работали каждый день и до поздней ночи, а кое-где бывали даже ночные сеансы. Для большинства же рабочих причина была именно в том, что в кино были те составляющие досуга, которые отсутствовали в клубе, когда поход в кино сопровождался многими дополнительными удовольствиями:

Одна из причин тяги рабочих в кино, а не в клуб та, что в клубе нет порядочной музыки, нет газет, так что отдых получается неполный, в то время как в кино бывает хорошая музыка, а в некоторых кино в ожидании начала сеанса можно поиграть в шахматы, шашки, прочесть газету или какой-нибудь журнал. Все это больше располагает к кинотеатру¹⁵.

Однако тема различия между старой буржуазной и новой пролетарской публичной центральными и окраинных кинотеатров всячески педалируется и в прессе, и даже в художественной литературе. Так, в политически выверенной пьесе «Константин Терехин» («Ржавчина») 1927 года воспроизводится диалог двух отрицательных персонажей: «Только публика у нас в кино неинтеллигентная, заводских много, комсомольцев. Одно слово — пролетариат» [Киршон, Успенский 2014]. Образ «кино на окраине» рисуется прессой категорически отличным от центральных кинотеатров за счет этой советской пролетарской пуб-

11 Ленинградская правда. 1926. 6 января.

12 Если бы... // Киножурнал АРК. 1926. № 3. С. 24.

13 Голос рабочего кинозрителя по вопросам кино // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 363. Л. 12.

14 Пятилетний план кинофикации РСФСР // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 359. Л. 46.

15 Голос рабочего кинозрителя по вопросам кино. Л. 14.

лики. Но даже в статье, написанной в бравурном тоне, воспевающей кино на окраине как место, где кино принимают как искусство, а не как развлечение, автор не может обойти вниманием такие моменты, как, например, дикая давка на входе — «если бы фойе вдруг загорелось, давка на входе не могла бы быть жесточеннее. Тут приходится беречь не карманы, как в центре, а руки и ноги и, может быть, головы»¹⁶. Или постоянно рвущуюся киноленту, которую мотали чрезвычайно быстро, чтобы успеть прокрутить всю картину и передать ее на мотоцикле в следующий кинотеатр, поскольку копии фильмов были в дефиците. Посетители избегали при возможности посещать клубы, предпочитая дорогие кинотеатры в центре. Власть постоянно заботилась о расширении сети кинотеатров, не имея ресурсов обеспечить так называемое культурное оснащение кино: читальни, уголки с газетами, выставки, радио, почтовые ящики и т.д. Рабочие с окраин, однако, в большинстве случаев хотели бы ходить в ближайший кинотеатр — если бы они могли там культурно отдохнуть. Конечно, это зависело от уровня доходов, но при возможности в центральные кино стремились даже беспризорники.

Объектом научного интереса было и отношение зрителей друг к другу. Предполагалось, что пролетарский зритель предпочитает такую же публику. Как зрители относились к тем, кто посещает те или иные кинотеатры? «Не согласен с вопросом “нравится ли публика”. Это может навести сомнения, понятно, что рабочему нэпманская публика не нравится и задавать такой вопрос глупо», — говорит молодой рабочий в анкете в ответ на соответствующий вопрос, но тем не менее посещает именно дорогой центральный кинотеатр¹⁷. Главное различие в публике зрителям виделось не совсем в том, в чем его видела официальная пресса и исследователи, не в классовом различии аудитории — главной проблемой зрители называют хулиганство в кино. «В “Антей” хожу из-за близости, но для такого театра билеты дороги, публика посещает больше хулиганы»¹⁸. В прессе обличение хулиганства, «мордобоя» и других девиации в кино выражались к призывам начать кампанию по их искоренению¹⁹.

Революционные фильмы под цыганский романс

Из-за системы кинопроката, когда одну ленту за вечер показывали в нескольких кинотеатрах, сбивалось расписание, время ожидания могло длиться до нескольких часов, и отсутствие скамеек отталкивало от некоторых кинотеатров или клубов. Потребность в развлечениях и бездеятельном отдыхе, с одной стороны, не поощрялись, с другой — это время ожидания можно было рационально использовать для политпросвещения. Организация развлечений в ожидании начала киносеанса была важной частью функционирования кинотеатра. Эти развлечения, с одной стороны, не были объектом особого интереса руководящих органов и часто оставались неподконтрольны им. Одновременно

16 Павлов Г. Кино на окраине // Советский экран. 1927. № 1. С.:5.

17 «Самоотчет зрителя Московских кинотеатров»: в кинотеатре «Арс». 1928 // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 390. Л. 6.

18 «Самоотчет зрителя Московских кинотеатров»: в кинотеатре «Антей». 1928 // Там же. Л. 272.

19 Мордобой в кино // Советский экран. 1926. № 50. Вместо помощи препятствие // Советский экран. 1926. № 48.

с этим за невозможностью внедрить в кино удовлетворяющий идеологическим задачам репертуар идеология проникает в кино другими путями, в виде оформления фойе и политизации предварающих сеанс занятий. Например, одним из развлечений в фойе были денежно-вещевые лотереи, проводившиеся в пользу общества «Друг детей» или в помощь инвалидам войны. Эта была как раз та сфера, которая поддавалась советизации — разыгрывали, как правило, призы незамысловатые, но публика легко впадала в азарт. Мариэтта Шагинян с иронией пишет в своем дневнике:

Пошли вместе в кино и там приняли участие в лотерее, было весело и скандально. Я заявила, что просажу «все состояние», но выиграю голову Ленина. Так оно и вышло — выиграла-таки. С этой головой гордо вернулась домой и водрузила ее у себя на этажерке, для начала ленинского уголка²⁰.

Среди развлечений могли быть буфет, читальня, шахматы, однако чаще всего ожидание кино в фойе скрашивали музыканты. Нередко кинотеатр нанимал хороший оркестр для игры в фойе, а в самом кинозале играл один пианист: администраторы кинотеатров справедливо считали, что хорошая музыка в ожидании киносеанса увеличивает посещаемость. Считалось, однако, что чуждая рабочему зрителю музыка была симптомом мещанства и не должна была звучать в кино. Музыка в немом кино тоже стала частью большой дискуссии о кинематографе этого периода.

В структуру АРК входила музыкальная секция, и социологические опросы проводились не только для изучения «нового зрителя», но и для того, чтобы установить мотивы поведения разных музыкантов и характер их взаимодействия со зрителями, которые могли сильно различаться. Многие таперы были выпускниками различных музыкальных училищ, консерваторий, которые считали работу в кино не более чем подработкой и относились к ней свысока. При опросе музыкантам задавался вопрос: как вы стараетесь угодить зрителям? Часть музыкантов шла на поводу у зрителей и по их заказу играла танцевальную музыку. Но другая, хоть и меньшая часть, считала своим долгом (или по крайней мере говорила об этом, стараясь подчеркнуть свое отчуждение от публики кино) просвещать зрителя и играть им классическую музыку²¹, что нередко вызывало негодование зрителей. В фойе последние хотели слышать музыку, но не слишком громкую, в зале хотели адекватной иллюстрации кинокартины: «Хожу в “первое Госкино” не потому, что там дешевле, там высокие цены, а потому что чисто и хорошее музыкальное сопровождение»²². Музыканты, таким образом, становились акторами «музыкальной политики», влияя, в свою очередь, на восприятие фильмов и атмосферы в кинотеатре.

В прессе то и дело велась кампания за специальную музыку для кино и соответствующую музыкальную иллюстрацию революционных фильмов, но, хотя зрители горячо поддерживали ее, технические возможности были ограничены. Зачастую пианисты играли вслепую, они не видели нот из-за отсутствия лампочки над клавиатурой. Музыканты жаловались и на отсутствие вре-

20 Шагинян М. Дневники. 1917—1931. Л.: Изд-во писателей в Ленинграде, 1932.

21 Анкеты обследования московских кинотеатров о состоянии музыкального сопровождения фильмов // РГАЛИ. Ф. 2494. Оп. 1. Д. 67.

22 «Самоотчет зрителя Московских кинотеатров»: в кинотеатре «Горн». 1928 // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 390. Л. 130.

мени и возможности заранее посмотреть картину и придумать, что и где они будут играть. Для того чтобы организовать такой просмотр, необходимо было заранее иметь ленту, вызвать оператора и отвести для этого время, на что администраторы кино не всегда шли охотно, хоть контролирурующие органы и пытались их к этому принудить. Многажды обсуждался вопрос о несоответствии содержания фильма и его музыкального сопровождения и о том, что нельзя показывать революционные фильмы, такие как «Стачка» Эйзенштейна, под цыганские романсы²³, но пока кино оставалось немым, эта ситуация сохранялась. Не случайно чуть позже, в сталинскую эпоху, самыми популярными фильмами стали музыкальные комедии. Они сделали кино формой эскапизма благодаря утопии, в которой нуждались люди, в сказочном мотиве, чему немало способствовала музыка [Taylor 2007: 137].

«Разливанное море уголовщины»

Характерной особенностью периода 1920-х годов была попытка поставить на службу идее о перековке «старого человека» все доступные средства — даже реклама кино должна была служить целям воспитания. Но в условиях противоречивой экономической политики эти меры были и неполными, и не очень эффективными. Вместе с тем коренное противоречие советского кино этого периода кроется именно в том, что большинство кинематографистов были вынуждены лавировать между идеологией и коммерческой необходимостью снимать доходное кино в соответствии с принципами, диктуемыми общественным мнением публики. Так, в статье главы репертуарной комиссии проводится анализ востребованности у зрителей двух фильмов: «Стачки» Сергея Эйзенштейна и гораздо менее известного сегодня «Степана Халтурина» Александра Ивановско-го²⁴. Как следует из графиков и цифр дохода и числа посещений, фильм Эйзенштейна был куда менее востребован и понятен зрителям. По другим свидетельствам, зрители просто уходили с середины фильма, не понимая, что происходит на экране²⁵. Вопрос об окупаемости фильмов стоял перед киноадминистраторами — зрители же просили простого, понятного кино, для того чтобы отдохнуть.

Плакаты служили главной формой рекламы фильмов. Они вполне отражали дух эпохи и по своему оформлению (за которое нередко отвечали известные художники), и по наименованиям фильмов. Велись дискуссии на тему оформления киноплакатов. То и дело в прессе возникали различные статьи на эту тему и высказывания недовольных зрителей. Зрители были недовольны неинформативностью рекламы, чувствовали себя обманутыми. Идеологов же не устраивала коммерциализация всей рекламы. Так, например, характерна статья середины 1920-х годов о том, что на рекламу изводится невероятное количество бумаги в условиях бумажного кризиса и следует использовать рекламу в качестве средства просвещения зрителя, в особенности деревенского, а не только для коммерции²⁶. Автор этой статьи предлагает помещать в пла-

23 О кинопоказе // Советский экран. 1925. № 9.

24 *Трайнин И.* Советская Фильма и зритель // Советское кино. 1925. № 4—5. С. 15.

25 Прения по картине «Тяжелые годы». Реж. А.Е. Разумный. 24 декабря 1925 // РГАЛИ. Ф. 2494. Оп. 1. Д. 63. Л. 16.

26 Киноплакат // Советский экран. 1925. № 7 (17).

каты лозунги, информацию о сельскохозяйственных фильмах и т.д. К значительным изменениям это не привело, но киноруководство осуществляло попытки «окультурить» рекламу посредством издания своеобразных справочников по либретто, которые, как сожалели в журнале «Советский экран», были довольно скучны²⁷. В 1926 году была развернута целая кампания по обсуждению советских киноплакатов, образы которых воплощали борьбу коммерции, идеологии и новых художественных веяний. По всеобщему признанию, постепенно побеждала идеология, подтверждением чему стало несколько выставок киноплакатов в Москве²⁸.

Кинореклама подчеркивает полную беспринципность руководителей этого дела и обывательский уклон (подражание буржуазной рекламе, зазвать, надуть). Если бы ГРК (Государственная репертуарная комиссия. — Е. Ж.) не сдерживала порыв киноорганизаций (особенно Межраппом-Русь), то разлитое море уголовщины, садизма и эротики сплошь залило бы заборы²⁹.

Таково было мнение многих относительно рекламы, и ее не воспринимали всерьез. Публика относилась к отзывам в печати с гораздо большим доверием.

Однако за десять лет «новые зрители» усваивают общий порядок оценки, а разногласия в отзывах и рекламе воспринимается как недоработка, а не свобода мнений: «Отзыв о картине очень хорошая вещь, но что получается: об одной и той же картине “Рабочая газета” пишет одно, “Правда” другое, “Вечерняя Москва” — третье. Давайте уже к критике кинофильма подходить единым фронтом»³⁰. Спрос на однозначную оценку (не только в кино-, но и в литературной критике [Добренко 1997: 86]) постепенно формируется и артикулируется в прессе, подготавливая однозначность соцреализма.

«Воспитательность кино взята под сомнение»

Несмотря на то что кинематографу на уровне государственной риторики придавалось важнейшее значение, и его должно было использовать как орудие пропаганды, в другой риторике — в контексте отдыха и свободного времени — кино имело отрицательную коннотацию и считалось нежелательным видом досуга:

Началось уже давно
На кино гонение
Воспитательность кино
Взята под сомнение³¹.

Этот стишок из фельетона имеет в виду «воспитательность» кино в отношении детей, именно детский зритель был наиболее «новым» в самом прямом смысле слова. Однако педагогический дискурс и использование кино в целях про-

27 Психология рекламы // Советский экран. 1925. № 8.

28 Брик О.М. Последний крик // Советский экран. 1926. № 7. С. 3.

29 Записка о кинорекламе. 1927 // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 363. Л. 2.

30 Голос рабочего кинозрителя по вопросам кино // Там же. Л. 11.

31 По методу Гарри Пиль // Кино. 1928. № 46.

свещения и воспитания ярко проявляются и в отношении к зрителю взрослому. Несоответствие советского кинематографа в его состоянии на 1920-е годы и его зрителей идеалистическим представлениям о новом, политизированном досуге и «новом зрителе» делала его неправильным, нежелательным местом досуга.

Позже, в 1933 году, о расхождении между тем, кто объявлялся хозяином новой жизни, и кто ею по-настоящему наслаждался, будут писать так (не о кинематографе, но также о зрительском впечатлении):

Буржуазия, как известно, разлагается. Поэтому в «советской» оперетте для «буржуазных» сцен отводятся балы с кутежом и фокстроты. А так как на долю «пролетариата» не отводится ничего, кроме дуэтов о том, что нет времени для любви, «полифонических митингов» и утренней зарядки, то самой положительной чертой оперетты оказывается бал с кутежом и фокстротом.

Жанр мстит³².

Кинотеатр оказывался тем пространством, в рамках которого обнажались все промахи, допущенные на предыдущих ступенях подготовки кинофильма как политического и агитационного инструмента. Зритель, приходя за здоровым досугом, нередко оказывался обманут в своих ожиданиях:

Все эти картины, которые считаются у нас художественными, которых суть — эксперимент, рабочие этих картин не понимают. Я непосредственно, практически сталкивался с вопросом, как рабочий смотрел кинематографическую картину «Стачка», считавшуюся лучшей нашей картиной, а она буквально провалилась, рабочие уходили с картины, совершенно не понимая, в чем тут дело³³.

В этой реплике одного из киноадминистраторов ясно выражена основная проблема кинематографа 1920-х годов как культурного и политического проекта — он не оправдывал надежд. Надежд зрителей на добротный современный советский фильм и легкий досуг, надежд идеологов на интерес зрителей к пусть некачественным, но советским фильмам на революционные темы или культурфильмы (и конечно, надежд киноадминистраторов на хорошие сборы и отлаженную систему проката).

* * *

В первое десятилетие после революции общественная роль кино в качестве важной части пропагандистского инструментария была изрядно преувеличена, а ожидания от простоты его использования завышены. Следует учитывать, что тот зритель, на которого ориентировалась, которого воспитывала и изучала советская кинематография, — это в первую очередь зритель с рабочих окраин. Отчасти в таком принципиальном разделении потребностей зрителей по «классовому» принципу — на «буржуазную» нэпманскую публику и «рабочего зрителя» — можно усмотреть причины неоднозначности раннего советского кино. В то время как в крупных кинотеатрах центральных районов

32 Янковский М. За оперетту! // Советский театр. 1933. № 2/3. С. 31.

33 Прения по картине «Тяжелые годы». Реж. А.Е. Разумный. 24 декабря 1925. Л. 16.

буржуазной публике было позволено веселиться и отдыхать, рабочий зритель в клубе должен был учиться и смотреть пропагандистские фильмы. Ситуация в деревне была одновременно и проще, и сложнее — там зритель не был искушен кинематографией и проще поддавался манипуляциям и агитации, с одной стороны, но с другой — воспринимая кино в старом формате «киноаттракциона», не всегда мог считать его агитационный посыл, который нередко раздражал городских зрителей своей прямолинейностью.

Относительный неуспех советского кинематографического проекта заключался в том числе в неадекватной оценке потребности публики в развлечении. На протяжении 1920-х годов коммуникация кинематографистов со зрителями была двусторонней — это был период невероятного подъема социологии кино, когда зритель становился объектом изучения, проводимые многочисленные обследования и анкетирования призваны были обеспечить обратную связь, устраивались общественные просмотры, результаты которых тщательно фиксировались. Прикладной характер исследований выявил стремление зрителей к «легкому» жанру, потребность в отдыхе, комфортной обстановке и совершенно отчетливое стремление проводить свободное время и, в частности, смотреть кино не в рабочем клубе, а в благоустроенном кинотеатре, с музыкой в фойе и другими сопутствующими развлечениями.

Во второй половине 1920-х годов происходит смена парадигмы в оценке посещения кино. Появившаяся в рамках культурной революции идея «учебы» в кинотеатре, «усвоении» новых знаний постепенно сменяется на иную — парадигму отдыха и развлечений. Утомленные тяжелой действительностью зрители 1920-х годов робко просят о «развлекательной, комедийной фильме», понимание кинотеатра как места исключительно развлечения не является само собой разумеющимся, в кино следует прежде всего учиться. Вопрос развлечения, организованного отдыха долгое время не стоял как таковой. Так, в докладе о роли кино в индустриализации кинематографу приписываются самые различные функции, кроме основной — обеспечить отдых³⁴. Сами же зрители рассматривают кино именно так. Однако со временем кино все большим числом самих посетителей начинает интерпретироваться как отдых уже без отрицательной коннотации. Определенный дискурс в оценке «правильного» кино транслировался посредством кинопрессы, которая, допуская относительно свободные дискуссии, тем не менее употребляет определенные слова и выражения, закрепившиеся в языке. Идея легкости жанров, совмещения отдыха и пропаганды успешно воплотилась в СССР в 1930-е годы в форме кинокомедии.

Всесоюзное партийное совещание по кинематографии, состоявшееся в марте 1928 года, обозначило траекторию для сворачивания (кино)нэпа и курс на дальнейшее развитие. После совещания изменения в организации кинодосуга станут более интенсивными и уйдут в прошлое специфические условия нэпа — с возможностью аренды кинотеатров частными лицами и отдельными организациями, их заостренная нацеленность на окупаемость кинотеатров и хаотичность администрирования, в целом характерная для 1920-х годов. Особенности изменения этих механизмов позволяют глубже понять противоречивый процесс складывания «государства пропаганды», воплощения в жизнь идей культурной революции и, в конце концов, то, каким образом понимание кино как

34 Доклад т. Трайна «Роль кинематографии в индустриализации» на общем собрании членов АРК от 4 ноября 1927 // РГАЛИ. Ф. 2494. Оп. 1. Д. 74. Л. 12.

культурного института в 1930-е годы позволило ему функционировать в рамках сталинской концепции «веселой жизни». Характер кинотеатров изменился к середине 1930-х, кино перестало быть «легким искусством», несмотря на «легкие жанры»; возникает проект строительства большого академического кинотеатра, который должен был расположиться в Москве на театральной площади напротив Большого театра. С авангардом — в том числе и в вопросах демонстрации кино — будет покончено, наступит эпоха соцреализма, сопровождающаяся съемками бравурных фильмов и музыкальных комедий, строительством кинотеатров-гигантов, иной системой администрирования, впрочем, также неоднозначной, и новым взглядом на потребности советского кинозрителя.

Библиография / References

- [Булавка 2012] — Булавка Л. «Низы» Пролеткульта и рабочие клубы 1920-х: что делали и чем жили // *Альтернативы*. 2012. № 3. С. 89—133.
- (*Bulavka L. "Nizy" Proletkul'ta i rabochie kluby 1920-kh: chto delali i chem zhili // Alternativy*. 2012. № 3. P. 89—133.)
- [Добренко 1997] — Добренко Е.А. Формовка советского читателя: Социальные и эстетические предпосылки рецепции советской литературы. СПб.: Академический проект, 1997.
- (*Dobrenko E.A. Formovka sovetskogo chitatelya: Sotsial'nye i esteticheskie predposylki retseptsiy sovetskoy literatury*. Saint Petersburg, 1997.)
- [Киришон, Успенский 2014] — Киришон В., Успенский А. Константин Терехин (Ржавчина) // *Забывтые пьесы 1920—1930-х гг.* / Сост. В. Гудкова. М.: Новое литературное обозрение, 2014.
- (*Kirshon V., Uspenskiy A. Konstantin Terekhin (Rzhavchina) // Zabytye p'esy 1920—1930-kh gg.* / Comp. by V. Gudkova. Moscow, 2014.)
- [Мастера... 1975] — Мастера советской архитектуры об архитектуре: Избранные отрывки из писем, статей, выступлений и трактатов: В 2 т. Т. 2 / Под общ. ред. М. Бархина и др. М.: Искусство, 1975.
- (*Mastera sovetskoy arkhitektury ob arkhitekture: Izbrannye otryvki iz pisem, statey, vystupleniy i traktatov: In 2 vols. Vol. 2 / Ed. by M. Barkhin et al.* Moscow, 1975.)
- [Плаггенборг 2000] — Плаггенборг Шт. Революция и культура. Культурные ориентиры в период между Октябрьской революцией и эпохой сталинизма / Пер. с нем. И. Каргашевой. СПб.: Нева, 2000.
- (*Plaggenborg St. Revolutionskultur: Menschenbilder und kulturelle Praxis in Sowjetrußland zwischen Oktoberrevolution und Stalinismus*. Saint Petersburg, 2000. — In Russ.)
- [Ульянова 2017] — Ульянова С.Б. «Культурный» досуг в пространстве советской фабрики в 1920-е — начале 1930-х годов // *Культура и власть в СССР. 1920—1950-е годы: Материалы IX международной научной конференции*. Санкт-Петербург, 24—26 октября 2016 года. М.: Политическая энциклопедия; Президентский центр Б.Н. Ельцина, 2017. С. 530—540.
- (*Ul'yanova S.B. "Kul'turnyy" dosug v prostranstve sovetsoy fabriki v 1920-e — nachale 1930-kh godov // Kul'tura i vlast' v SSSR. 1920—1950-e gody: Materialy IX mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Sankt-Peterburg, 24—26 oktyabrya 2016 goda. Moscow, 2017.)
- [Фохт-Бабушкин 2013] — Фохт-Бабушкин Ю.У. Изучение функционирования кино времен Великого немого // *Публика кино в России. Социологические свидетельства 1910—1930-х годов* / Вступ. ст., сост., примеч. Ю.У. Фохт-Бабушкина. М.: ГИИ; Канон+, 2013. С. 7—51.
- (*Fokht-Babushkin Yu.U. Izuchenie funktsionirovaniya kino vremen Velikogo nemogo // Publika kino v Rossii. Sotsiologicheskie svidetel'stva 1910—1930-kh godov / Intro., comp., notes by Yu.U. Fokht-Babushkin*. Moscow, 2013.)
- [Цивьян 1991] — Цивьян Ю. Историческая рецепция кино. Кинематограф в России 1896—1930 гг. Рига: Зинатне, 1991.
- (*Civ'jan Ju. Istoricheskaya retseptsiya kino. Kinematograf v Rossii 1896—1930 gg.* Riga, 1991.)

- [Юсупова 2016] — *Юсупова Г.М.* Кассовые феномены популярного искусства 1920-х годов: Кино. Литература. Театр. М.: Государственный институт искусствознания, 2016.
(*Yusupova G.M.* Kassovye fenomeny populyarnogo iskusstva 1920-kh godov: Kino. Literatura. Teatr. Moscow, 2016.)
- [Kenez 2001] — *Kenez P.* Cinema and Soviet society from the revolution to the death of Stalin. London: I.B. Tauris, 2001.
- [Taylor 2007] — *Taylor R.* The Stalinist Musical // The Film History: Source, methods, Approaches. London: Palgrave Macmillan, 2007. P. 137—151.
- [Tоропова 2017] — *Toropova A.* Probing the Heart and Mind of the Viewer: Scientific Studies of Film and Theatre Spectators in the Soviet Union, 1917—1936 // *Slavic Review*. 2017. № 7 (4). P. 931—958.
- [Youngblood 1992] — *Youngblood D.* Movies for the Masses: Popular Cinema and Soviet Society in the 1920s. London: Cambridge University Press, 1992.
- [Zhdankova 2013] — *Zhdankova E.* Il cinemateatro dell'Unione Sovietica agli occhi degli spettatori // *Cinergie*. 2013. № 4. P. 95—103.