

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ «ПРОЕКТЫ МОДЕРНОСТИ: КОНСТРУИРУЯ "СОВЕТСКОЕ" В ЕВРОПЕЙСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ»

УДК 930.2:316.014

КИНОТЕАТРЫ В СССР ГЛАЗАМИ ЗРИТЕЛЕЙ: ОЖИДАНИЯ И ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ПЕРИОД НЭПА (НА МАТЕРИАЛЕ АНКЕТИРОВАНИЯ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСОВ, ПРОВЕДЕННЫХ В КИНОТЕАТРАХ)

Е.А. Жданкова

Санкт-Петербургский институт истории РАН, 197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., д.7
ezhdankova@gmail.com

На основе анализа материалов анкет и опросов, проведенных в советских кинотеатрах, рассматриваются, с одной стороны, представление советских зрителей о кинотеатрах как пространстве культурного досуга, с другой – их повседневный опыт, противоречащий таким представлениям. Обсуждаются такие факторы, как репертуарная политика кинотеатров, наружная реклама и кинопресса, организация времени зрителей в фойе до и после сеанса, работа киномеханика и тапера, бытовые и санитарные условия, культура поведения посетителей и работников кино.

Ключевые слова: досуг, культурность, кинотеатры, зрители, 1920-е гг., социальная история.

Эта статья возникла из желания разобраться в том, как зритель воспринимал советское кино и его пропагандистский проект. Но, обратившись к материалам зрительских отзывов, мы обнаружили, что на пути восприятия собственно кинотекста у городского зрителя возникало немало препятствий, лишенных идеологического заряда, – таких как неумелая работа механика, неудобно расположенные ряды, давка при входе, духота, запах соседа по креслу или невозможность попасть на сеанс в удобное время. Кино воспринималось зрителями как альтернативная реальность, место отдыха и культурного развития. Определенный эскапизм, желание раствориться в лучшем, более интересном, устойчивом, событийно и эмоционально насыщенном мире сталкивалось с неприглядной реальностью.

В исследовании предпринимается попытка осмыслить специфическое культурное пространство советского города в период нэпа через призму досугового учреждения – кинотеатра. Кинотеатр рассматривается как пространство, ставшее в 1920-е гг. сложным комплексным явлением городской жизни. В фокусе представленной статьи – советские кинозрители и их отношение к кинотеатру. Зрители, как главные герои процесса, подходили к кинотеатру со своей меркой – в целом кино представлялось местом культурного, дешевого, доступного развлечения. На основании зрительских анкет и опросов, полученных в нескольких регионах (Москва, Тула, Армавир) в 1920-е гг., выясняется, как этот запрос публики входил в противоречие с прагматическим интересом администрации самого кинотеатра, заключающимся в извлечении максимальной прибыли при минимальных затратах без учета иных потребностей зрителя. Рассмотрение этих вопросов должно придать объем образу советского кинотеатра как социального явления, ранее исследовавшегося лишь с позиций репертуарной политики и социального состава аудитории.

Кино и культурность

«Культурность» стала одним из ключевых понятий модернизации. Анализируя историю понятия «культурность», философ и социолог В. Волков приходит к выводу о том, что политика повседневной жизни, связанная с культурностью, не может быть рассмотрена как последовательная, строго хронологическая и непротиворечивая [Волков, 1996, с. 203–220]. Несмотря на то что в официальной политике культурность стала предметом пристального внимания и пропаганды на короткое время, лишь в 1930-х [Волков, с. 211], интенция к тому, чтобы быть «культурным человеком», популярность и распространённость этого понятия в советском обществе появляются значительно

раньше, в частности, в ходе кампании за новый быт, инициированной Л. Д. Троцким, издательской деятельности Пролеткульта и т.п. [Резник, 2013, с. 88–106].

Стремление культурно проводить свой досуг выразилось не в последнюю очередь и в культуре посещения кинотеатров. На разных уровнях, выделяемых Ш. Фицпатрик [Фицпатрик, 2006, с. 99–110], культурность проявлялась и в кинодосуге уже в 20-е гг. Любопытно, что эти требования исходили от самих зрителей. Они включали в себя требования соблюдения норм гигиены (иметь в кинотеатре туалет, воду, убирать в помещении), правил поведения в общественном месте (не курить, не кричать, снимать верхнюю одежду, не толпиться и пр.) и следования форме взаимодействия посетителей и работников кино, владельцев кинотеатров. В некоторой степени уровень требований зависел от образования, происхождения, возраста и рода занятий посетителей¹, но в целом пожелания публики носили схожий характер и позволяли делать обобщенный вывод.

Если понимать культурность в узком смысле – как индивидуальный эффект культурной политики [Волков, с. 205], то у зрителей кинотеатров она выразилась в стремлении находиться в комфортном и обустроенном на *определённом* уровне пространстве, смотреть фильмы *определённого* качества и взаимодействовать с носителями культуры *определённого* уровня. Кинотеатр, таким образом, становится одним из мест накопления культурного капитала. Так его позиционировали исследователи и теоретики социологии кино в 20-е гг. [Дубровский, Зарецкий, Лебедев, 1925, Егизаров, Трояновский, 1928, Эйхенбаум, 1926] и, как следует из анализа анкет, сами зрители.

Кинотеатр нередко оценивался зрителями как место культурного досуга вопреки тому, что он мало отвечал их пожеланиям в таком качестве. Конфликт идиллического представления и повседневности становится очевидным при анализе зрительских анкет. Зачастую источники не позволяют делать обоснованные выводы о настроениях и ожиданиях, однако удалось обнаружить уникальный материал. Анализ зрительских отзывов о работе кинотеатров проводился на основе материалов, полученных исследовательской театральной мастерской. Социология кино в 1920-е гг. на короткое время стала популярным научным направлением [Егорова, 2010, с. 8–10]: проводились массовые опросы, наблюдение за зрителями (не только в кино, но и в центрах зрелищных видов досуга: театре, цирке, кино). При художественном отделе Главполитпросвета молодым энтузиастом А. Трояновским организуется исследовательская театральная мастерская, которая ставила своей задачей изучение зрительской рефлексии. Силами мастерской проводился опрос «Зритель московских театров»², Ассоциация работников революционной кинематографии (АРРК) вела «наблюдение за зрителем» и графическую запись зрительских реакций во время премьерных кинопоказов. «Самоотчет зрителей московских кинотеатров» собрал значительный материал, отражающий мнения и пожелания зрителей, их оценки художественной ценности фильмов. Театральная мастерская не только сама проводила опросы в Москве, но и инициировала подобную практику в регионах. По результатам исследования вышел ряд статей, а в 1928 г. издана небольшая брошюра «Изучение кино-зрителя». Эта публикация содержала очень подробное описание результатов анкетирования без значительных обобщенных выводов и должна была служить методическим пособием для изучения зрителя. Издание, однако, осталось без должного внимания кинообщественности и прессы, а в 1930-е гг. наряду с другими исследованиями изучение зрителя было признано лженаучным и прекратилось вплоть до 60-х гг. [Егорова, с. 10].

Мы обратились к анкетам, собранным А. Трояновским и его коллегами. Анкета представляла собой опросник закрытого типа, позволявший, тем не менее, респондентам оставлять рукописные замечания в конце анкеты. Именно эти тексты и стали объектом нашего интереса³. За основу данной статьи был взят анкетный материал, собранный в кинотеатрах г. Армавира в 1926 г. и г. Тулы в 1928 г., в меньшей степени привлекались анкеты других регионов. Для советского кино 1928 год стал знаковым: в этот год состоялось первое всесоюзное совещание по кинематографии. На нем было признано, что кино по-прежнему остается бесконтрольным по отношению к партийным структурам, и принято очередное решение о необходимости ужесточения кинематографической политики. Так называемый «кинонэп» (преобладание частного капитала в кинопрокате и ориентация на коммерческую сторону проката в целом) активно сворачивается именно с этого времени. Возможность проследить динамику зрительских реакций позволяет нам сделать предварительный вывод о том, что повышение качества киноиндустрии отставало от роста требований аудитории. Увеличение разрыва между ожиданиями и действительностью представляется результатом повышения культурного уровня самих зрителей. Д. Хоффманн в сборнике эссе о российской модерности

в целом приравнивает ее к просвещению в целом, к «духу прогрессивного социального вмешательства» [Hoffmann, 2000, с. 245–261].

ПОЖЕЛАНИЯ КИНОЗРИТЕЛЕЙ

Кинотеатр как место учебы и просвещения.

Среди ответов на вопрос «Для чего вы ходите в кино?», можно выделить два характерных однотипных отклика молодых партийцев, вероятно, студентов: «Мы ходим в кино для того, чтобы *развлекаться*⁴, а не учиться, для этого есть библиотеки и школы»⁵, «Мы ходим в кино для того, чтобы *развлекаться и учиться* тем, чего нет ни в библиотеке, ни в школе»⁶. По всей видимости, они списали тексты ответов друг у друга, такое встречается в анкетных материалах очень часто. Но во втором случае можно обнаружить желание угадать «правильный» ответ на вопрос анкеты, который вошел в противоречие с действительным видением кино как развлечения. Такое восприятие представляется упрощенным. Шаблонные фразы о том, что дает зрителю кино, вероятно, заимствованы из кинопрессы, основной посыл которой заключается в том, что кино *учит* советского человека. Советский кинотеатр должен был быть местом не столько развлечения, сколько просвещения. В прессе силен дискурс учебы, в середине 1920-х гг. активно употребляется выражение «картина должна быть усвоена» [Кино-газета, 1925]. Усвоена как урок, во многих статьях кинопрессы прослеживается ориентация на воспитательный потенциал кино, зрителю сообщается о том, что ему следует «усвоить».

Стремление к образованию, овладению знаниями входит в конфликт с необходимостью делать для этого волевое усилие и посещать специальные заведения (библиотеки, лектории, рабочие школы) – в этом контексте посетители кинотеатров выделяют в качестве преимущества одновременность развлекательной и образовательной функций кино. В этом находит свое отражение навязываемая официальной пропагандой идея о том, что кино «учит» правильному взгляду на исторические события, советскому поведению, основам гигиены и пр. Публика охотно подхватывает эту идею о том, что в кино не только развлекаются, но и обогащаются знаниями. Симптоматично, например, что кино воспринимается зрителями как источник достоверных исторических данных, нередко без критического отношения к фильму как художественному произведению. В частности, встречаются утверждения: «Нужны исторические научные картины, такие как "Поэт и царь", которые много бы нам дали в приобретении исторических знаний»⁷.

Из всех зрелищных искусств именно кино воспринималось как источник знаний. Так, в г. Пензе через школы ликвидации безграмотности проводилось сравнительное изучение малограмотных и неграмотных. Опрашивались члены разных профсоюзов, татары в Губсовпартшколе и безработные, всего около 100 человек⁸. Респондентам был задан вопрос о том, что ими ценится в кино больше всего. Среди упрощенных вариантов ответов были следующие: возможность поучиться, удовлетворить эстетические запросы и увидеть то, чего не увидишь в жизни. Подавляющее большинство опрошенных отметило «поучиться». Среди ответов на тот же вопрос о театре преобладал ответ «получить эстетическое удовольствие»⁹.

Организация культурного отдыха в кинотеатре до и после сеанса

Позиционировать поход в кино как акт просвещения, культурного обогащения, но не развлечения становится престижным, зрители с разным уровнем образования стремятся к культурности хотя бы дискурсивно. Это выражается не только в отношении к репертуару или к цели посещения кино, но и в том, как зритель проводит время до начала сеанса. Пожелания, которые в свободной форме предлагалось выразить зрителям в конце анкеты, касаются организации времени до и после просмотра кино. Следует отметить, что просьбы об организации танцев, буфета или представления в духе дивертисмента сравнительно редки, хотя последние активно высмеивались прессой еще в первой половине 1920-х как один из главных идеологических недостатков киносеанса. Зрители в ответах используют критерий полезности, вкладывая в него в первую очередь просвещенческий смысл. Например: «Я предлагаю в фойе в свободную минутку услышать что-либо более полезное чем музыка. <... > Нельзя ли устроить громкоговоритель?»¹⁰; «В кино надо поставить громкоговорители, чтобы рабочий в ожидании сеанса мог слушать московских артистов и гармонистов, а также и то, что за границей делается»¹¹. Критерий полезности применяется и при оценке репертуара: «Следует практиковать остановку бытовых картин, в частности из нового быта и наоборот из ста-

рого, но которая бы носила *полезный* отпечаток»¹².

Зрителям был задан вопрос о том, считают ли они необходимым так называемое «культурное оборудование» в кино. Среди возможного культурного оборудования кинотеатра в анкете были перечислены: читальня, стенная газета, почтовый ящик, выставки, киноуголки, оркестр в фойе, эстрадные выступления, реклама следующей картины¹³. И 96% респондентов посчитали, что время до и после сеанса необходимо организовать. Поход в кино рассматривался не как самостоятельное мероприятие. Положительный ответ на этот вопрос можно было бы расценить как желание показаться культурным (что немаловажно уже само по себе: маркирование культурности как положительного качества). Живой интерес к этой теме подтверждается многочисленными комментариями в свободной форме в конце анкеты. Ответы были разделены исходя из социального положения или рода занятий отвечающих. В разной степени в зависимости от уровня образования и региона зрители отдали предпочтение читальне и оркестру в фойе. Служащие и в меньшей степени коммерсанты в большей мере, чем другие, хотели видеть почтовый ящик в фойе, вероятно, из желания совместить поход в кино с необходимостью отправить письмо. Домашние хозяйки не хотели читать ни газет, ни книг, а также пользоваться почтой, но высказывались за организацию выставок и киноуголков, а также за выступление оркестра в фойе.

Культурное поведения в кино

Зрителями предъявляются требования культурного поведения в кинотеатре как к персоналу, так и к посетителям. Одним из критериев оценки является современное поведение, культура быта. «Граждане посещающие кино, – отмечает молодая комсомолка, – очень недовольны грубым обращением технического персонала. Что крайне удивительно, неужели *наша современная культура* не могла научить более тактичному, мягкому обращению со зрителями»¹⁴. Выражение «наша современная культура», очевидно, означает, что зритель уже имел представление о том, что такое современная культура и что не соответствует этому представлению. Кинотеатр – это место, где хочется ожидать культурного поведения и от посетителей, и от администрации. Зрители требуют ее в большей степени от обслуживающего персонала, кинопресса, напротив, призывает вести себя культурно зрителей.

Повседневность кинотеатра

Реклама

Пожелания кинозрителей видеть кинотеатр местом культурного отдыха сталкивались с неприглядной реальностью, причем еще на уровне рекламы и описания фильмов. Зритель чувствовал общий агитационный настрой прессы, и его раздражала его необъективность: «Очень недоволен рецензией газет, которые иногда загрязняют хорошую картину, но западного производства, и застаивают плохие, но выпущенные под маркой Совкино»¹⁵. Поток хвалебных речей в адрес Совкино, усилившийся после 1927 г., вызвал обратную реакцию: «кроме того советское кино выпускает картины в которых трудно понять постепенный ход развития событий. В них очень много пропущено и приходится догадками предполагать об упущенном, что разумеется вызывает недоумение у зрителя и он старается избегать смотреть картины Совкино. А если ОДСК¹⁶ ставит своей целью принести пользу зрителям и доставить им удовольствие, то я советую в Туле картины Совкино не ставить»¹⁷.

Подчеркивая несоответствие рекламы ценности картины, зрители заявляли, что жертвами такой ширококвещательной рекламы являлись «наименее культурные слои населения». Отмечалось неправильное распространение афиш: их расклеивали только в центре города, но они совершенно отсутствовали в отдаленных рабочих кварталах. Реклама не выполняла должным образом и информационную функцию: «По стенам расклеены плакаты тех картин, которые или пойдут через месяц-полтора, или вовсе не пойдут. Это неприятно действует на посетителя, хотят видеть только актуальные плакаты»¹⁸.

Репертуар, политика и отдых

Вопрос репертуарной политики был одним из самых острых и разделил аудиторию на два лагеря. Для одних отдых есть отсутствие политики, другие усвоили новую культуру вместе с ее ценностями и языком и требуют все больше «нашего кино». Например: «Долой из клуба заграничную порнографию, долой сволочные фокстроты, с неизменным подергиванием задом, и долой все, что заставляет нашу мещанско-буржуазную публику томно вздыхать, а иногда и тяжело охать. Нам того, чем питается заграница не надо, даешь такую картину, которая была бы современна и главное

более бы подходила к тому лозунгу, под которым мы движемся к социализму»¹⁹. Большинство такие оценок принадлежит категоричным молодым, не старше двадцати лет, рабочим. Им свойственно дистанцироваться от других, подчеркивать противопоставление социальных слоев («наша мешанская публика»), их язык переполнен большевистскими клише. Таких зрителей меньшинство.

Советский зритель знает о том, что ему следует предпочитать советское кино зарубежному, что отечественные фильмы тематически и идеологически должны быть ближе. Но советское массовое кино в 1920-е гг. еще низкого качества, а агитационные картины слишком прямолинейны. Люди устали от повсеместной политики и агитации, неустойчивого быта и хотят отдохнуть в кино именно от него: «к советскому кино отношусь отрицательно, потому что Совкино чересчур увлекается в выпуске агитационных картин, где всюду встречается поножовщина»; «интересны картины художественные без агитационной цели. Все это надоело одно и то же»; «предпочитаю иностранного выпуска, т.к. оно, во-первых, разнообразней и к тому же трюковых артистов, а в русском кино мы наблюдаем картину повседневной жизни и строительство какого-либо завода, домов».

Таким образом, кинотеатр воспринимается частью зрителей как место отдыха, лишённое социальных и политических маркеров: «Дайте отдохнуть партийцу, беспартийному и просто обывателю от политики, которая есть везде в школе, на службе, собраниях, дома и проч. Сделайте кино настоящим отдыхом, где бы мы могли бы научиться красоте человеческих знаний, в природе и видеть человеческий гений в культуре, науке и технике»²⁰. Вторая половина 1920-х гг. еще позволяет подобные высказывания, хотя они появлялись нечасто. Недовольство обилием бытовых сюжетов, которыми пресыщены горожане и вне кино, часто подчеркивается зрителями в контексте ухода от реальности: «Картины, которые носят характер бытовой жизни, не было бы желательно, потому как бытовая жизнь наскучила, я думаю, всем. Смотря картины из прошедшей жизни, мы невольно забываем ту жизнь, в которой в настоящее время мы возвращаемся. Прочтя это, вы, может быть, будете считать мои слова пустым легкомыслием, но за это не судите так строго, так как всем известно, что бедный человек гораздо больше будет смотреть картину из лучшей жизни»²¹.

Плохая работа механика

Смотреть картину о лучшей жизни зрителям зачастую мешали разные обстоятельства. Одним из них была недобросовестная работа киномеханика. Стараясь увеличить прибыль за счет увеличения количества сеансов или поскорее закончить работу, киномеханик показывал фильмы слишком быстро. И зрители, особенно не очень грамотные, зачастую не могли уловить ход сюжета из-за невозможности прочитать надписи. Об этом говорят их высказывания: «очень желательно, чтобы картины показывали медленнее», «очень желательно, чтобы картину не так скоро вертели, а давали возможность читать малограмотным», «картины надо пускать не спеша, чтобы они не обрывались», «не гнать третий сеанс». Число таких высказываний свидетельствует о том, что быстрый показ являлся одной из самых раздражающих черт кино того периода. Кроме того, на самом экране нередко оказывалось пятно, или был мал размер экрана, или копия оказалась тусклой, что вынуждало напрягать зрение при просмотре²². Можно ли говорить о должном воздействии идеологических картин на зрителя, если затруднен сам процесс просмотра?

Низкопробное музыкальное сопровождение

На 1920-е гг. приходится время немного кино, поэтому важной составляющей киносеанса являлась работа тапера. Однако музыкальное сопровождение зачастую не соответствовало демонстрируемой картине, во многих кинотеатрах было лишь разбитое пианино, в то время как зрители хотели слушать оркестр. Неумелая или неуместная игра отвлекала от фильма: «хорошо бы слушать приличную игру иллюстраторов-пианистов, а не чепуху»; «желательно, чтобы картины с первого акта сопровождались аккомпанементом оркестра», «квалификация аккомпаниаторов низкая».

Вход в кинозал

В популярных кинотеатрах средней руки нелегко было попасть и в зрительный зал. Давка возникала не только у входа в зал, но и у касс. Зрители предлагали перенести кассы в более просторное место, подальше от входа, или открывать несколько касс, особенно в случае демонстрации популярных фильмов. Если популярные фильмы были в прокате недолго, то это провоцировало еще больший ажиотаж. В случае премьерных показов некоторых фильмов администраторы кинотеатров заранее вызывали полицию для сдерживания разбушевавшейся публики. Зрители предлагали даже установить барьеры у касс, а выдающиеся картины показывать более продолжительное время. Респонденты жаловались на то, что кассиры не предупреждают публику, на какой сеанс уже про-

даны билеты, а на какой еще нет. А если об этом и информировали, то зачастую с опозданием²³.

В зрительный зал публику пускали за 5–10 минут до начала сеанса. Зрители же предлагали делать это по мере приобретения билетов, чтобы не дожидаться в маловместительных фойе, где нет достаточного количества стульев, а ждать начала приходилось долго, потому что сеансы начинались почти всегда с большим опозданием, иногда спустя 15–20 минут после третьего звонка.

У входа в зрительный зал тоже давка: чтобы не остаться без места, приходилось дежурить у входа в зал. Зрители требовали нумеровать места, но это вошло в практику только в конце 20-х гг. Кинозал же был поделен на зоны – как правило, до пяти зон в больших кинотеатрах, по несколько рядов в каждой. Самыми дорогими и удобными для просмотра были так называемые «первые места»; наиболее дешевыми и, соответственно, менее удобными – «пятые». Зачастую публика была недовольна и тем, что стоимость дорогих первых мест была слишком высока, а их число слишком велико: «Прибавить 2-5 мест и сократить 1-е, а то получается кино не для рабочих, а для нэпа»²⁴. Администрации некоторых кинотеатров продавали значительно больше билетов, чем существовало мест в зрительном зале. Это создавало ситуацию, когда посетители постоянно занимали чужие места. Нередко купившие дешевые билеты занимали чужие, более дорогие места, после начала сеанса опоздавшие требовали освободить их, создавая суматоху; зрителям, которым вовсе не досталось места, приходилось стоять в проходе, мешая сидящим. Часть публики пробиралась через запасные выходы, которые были плохо закрыты. Из-за отсутствия проходов между рядами очень шумно было при занятии мест. Мешали смотреть картину те, кто перебегал с места на место или входил во время демонстрации фильма, поэтому зрители настаивали на том, чтобы пускали в зал только в перерыве.

Контролеры, по свидетельству зрителей, плохо выполняли свою работу, были невежливы, по несколько раз требовали предъявить билеты, что вызывало раздражение. При этом они не проверяли, согласно ли билетам занимают места в зале. В условиях суеты и давки трудно было уследить, на какой сеанс предъявил билет зритель. Кроме того, в зале нередко оставались люди, посмотревшие фильм во время предыдущего сеанса.

Хулиганство, антисанитария

С трудом проникнув в фойе, зритель уже не мог выйти из кинотеатра до окончания фильма. Санитарные условия многих кинотеатров были ужасающими: теснота, отсутствие или малое количество мест для сидения в фойе, грязь, спертый воздух, отсутствие вентиляции, часто не было даже минимальных удобств: «в некоторых кино не соблюдаются элементарные правила гигиены – в Пролеткино нет уборной вовсе. Там где есть – в плохом состоянии, на полу лужи, за их чистотой следят мало»²⁵; «в "Марсе" не убрано, кругом пыль, паутина. В других еще хуже: отсутствует вода для питья, а в буфете за нее приходится платить»²⁶. На отсутствие кипяченой воды в свободном доступе указывалось многими посетителями, а в переполненном душном фойе у многих появлялась жажда. В фойе было накурено, а там, где не разрешалось курить, зрителям приходилось выходить на улицу, так как курительных комнат нет, а выходить из фойе разрешалось не везде.

Социальным же злом кинотеатров являлись хулиганство и воровство. Темнота, скопление народа и толчея располагали к этому. И если в кинотеатрах крупных городов к концу 20-х гг. с хулиганством и воровством кое-как справлялись, то в регионах они не позволяли называть посещение кино культурным отдыхом. «Хулиганство – это самое большое зло Армавирского кино. В "Пролеткино" и "Сатурне" хулиганы все время дерутся, свистят, ругаются, курят, грызут семечки и пр. Отбивает всякую охоту идти в кино. В тесноте сильно развито карманное воровство, многие стали его жертвами даже среди анкетированных. Надо обратить на это внимание местных культкомиссий. В каждом кино надо завести книгу жалоб»²⁷. Зрители чувствовали себя неуютно в кинотеатре в окружении хулиганов: «Прошу устранить хулиганов из клуба, а то они здесь чувствуют себя словно на улице. Так же беспризорных». Беспризорники большими группами пробирались в кинотеатры без билетов, они же зачастую и были главными зачинщиками беспорядков. Зрители требовали бороться с этим, ограничить проход в зал несовершеннолетних и организовать для них отдельные сеансы в надежде на то, что это немного устраним хулиганство.

Заключение

Говоря о кинотеатре 20-х гг., зрители называют его «балаганом», «трактиром». А балаганная культура преподносится как требующая изживания: «в корне недопустимо устраивать после просмотра картины какое-нибудь халтурное балаганное выступление»; «музыку в кино вводить не

следует, этим кино превращается в балаган»; «рекламу о следующих картинах стоит отменить, кричат как в балагане, какие будут участвовать артисты. Зайдите к нам и убедитесь». В такой реакции читается стремление уйти от неорганизованного «ярмарочного» досуга, видеть в кино современное технологичное развлечение, соответствующее более высокому уровню культуры. При этом нашел свое отражения в отзывах зрителей и посыл советской официальной прессы, представляющий кино как инструмент «учебы», что вносило свой вклад в восприятие кинотеатра как культурного досугового учреждения.

Ответы на вопросы анкеты обнаруживают желание зрителя презентовать себя как культурного человека. Противопоставление своего поведения девиантному, восприятие «нашей культуры» как оппозиционной нэпменовской, хулиганской должно позволить маркировать отвечающего как обладателя культурности. И в то же время лужи в туалетах и давка не появлялись сами собой – они создавались этими же людьми. Тем не менее нам хотелось сделать акцент на кинотеатре, представляющем в сознании зрителей в качестве места проведения культурного досуга.

Примечания

¹ Наибольшее внимание авторы анкет уделяли выяснению социального, партийного, полового и возрастного состава аудитории. Следует отметить, что к концу 20-х гг. средний возраст большинства кинозрителей составлял 18–25 лет, т.е. это были люди, имеющие минимальный опыт знакомства с дореволюционной культурой кино и в то же время впитавшие идеи новой революционной культуры.

² Кинотеатры в 1920-е гг. еще относились к театральным ведомствам.

³ Во внимание принимается специфика источника, в частности то, что анкетирование было добровольным и в нем, таким образом, принимали участие не все кинозрители, а развернутые ответы давали наиболее активные из них. Тем не менее представляется, что количество полученных ответов и опрошенных зрителей позволяет назвать источник репрезентативным.

⁴ Курсив здесь и далее наш. – Е.Ж.

⁵ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам... Л. 19.

⁶ Там же.

⁷ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам... Л. 17.

⁸ Зрелищные интересы рабочей аудитории // РГАЛИ Ф. 645. Оп. 1. Д. 312. Л. 220 – 225.

⁹ Там же. Л. 221.

¹⁰ Там же. Л. 34.

¹¹ Там же. Л. 27.

¹² Там же. Л. 56.

¹³ Анкета-однодневка, проводившаяся в Московских театрах. Вопрос о необходимости культурного оснащения кинотеатра // Ф. 645 Главискусство. Оп. 1. Д. 312. Л. 157.

¹⁴ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам... Л. 41.

¹⁵ Там же. Л. 33.

¹⁶ *Общество друзей советского кино.*

¹⁷ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам... Л. 40.

¹⁸ Сводка анкетного обследования зрителей в кинотеатрах г. Армавира // РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1, д. 312. Л.56.

¹⁹ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам. Там же. Л. 19.

²⁰ Там же. Л. 30.

²¹ Там же. Л. 46.

²² Сводка анкетного обследования зрителей в кинотеатрах г. Армавира... Л.54.

²³ Там же.

²⁴ Сводка анкетного материала по тульским кинотеатрам... Л. 38.

²⁵ Сводка анкетного обследования зрителей в кинотеатрах г. Армавира... Л.53.

²⁶ Там же.

²⁷ Там же. Л.56.

Библиографический список

Hoffmann, David L. European Modernity and Soviet Socialism // *Russian Modernity: Politics, Knowledge, Practices* / Ed. by David L. Hoffmann and Yanni Kotsonis Houndsmills; Macmillan Press Ltd. New York: St. Martin's Press, 2000.

Волков В. В. Концепция культурности, 1935–1938: Советская цивилизация и повседневность сталинского времени // *Социол. журн.* 1996. № 1/2.

Дубровский А., Зарецкий М., Лебедев Н. Вопросы социологии кино // *Киножурнал АРК.* 1925.

- Егизаров Р., Трояновский А.* Изучение кинозрителя. М., 1928.
Егорова М. Н. Театральная публика // Эволюция анкетного метода. М., 2010.
Кино-газета: Ленингр. приложение. 1925. 31 марта.
Резник А. Быт или не быт? Лев Троцкий, политика и культура в 1920-е гг. // Неприкосновенный запас. 2013. № 4 (90).
Фицпатрик Ш. Повседневный сталинизм: Социальная история Советской России в 30-е гг.: Город. 2-е изд. М., 2008.
Эйхенбаум Б. М. Внутренняя речь кинозрителя. М., 1926.

Дата поступления рукописи в редакцию 30.08.2013

MOVIE THEATRES IN THE USSR THROUGH THE VIEWERS' EYES: EXPECTATIONS AND EVERYDAY LIFE DURING THE NEP (ON THE QUESTIONNAIRES AND SOCIOLOGICAL SURVEY CONDUCTED IN CINEMAS)

E.A. Zhdankova

St. Petersburg Institute of History, Russian Academy of Sciences, Petrozavodskaya str., 7, 197110, Saint Petersburg, Russia
ezhdankova@gmail.com

The essay attempts to understand the specific cultural space of the Soviet city during the NEP through the prism of one of the leisure facilities - movie theaters. Present article is focused on the Soviet moviegoers and their attitudes to theater. In the Soviet society of 1920s cinemas were often estimated by audiences as a place of cultural and leisure activities, despite the fact that they did not really respond to these wishes. Sociology of cinema was a popular scientific field for a short time in the 1920s, that left a large amount of sociological material, but only part of it survived. The unique materials were used for the analysis, its questionnaires and surveys conducted in the Soviet cinema in several regions (Moscow, Tula, Armavir). The essay analyses, on the one hand, the Soviet viewers' reception of movie theatres as a space of cultural activities and their everyday experience which, on the other hand, oppose such idealized views. The analysis is made on the basis of questionnaires and interviews conducted in the Soviet movie theatres. The author discusses repertory policy of movie theatres, outdoor advertising, cinema press, the organization of viewers' time in the lobby before and after the screening, work of projectionists and pianists, sanitary conditions and behavior of visitors and filmmakers. Detailed consideration of these issues should create a multiform image of the Soviet cinema as a social phenomenon, which previously was investigated only from positions of policy repertoire.

Key words: leisure, culture, cinema, the audience, the 1920s, social history.

References

- Hoffmann, David L.* European Modernity and Soviet Socialism // Russian Modernity: Politics, Knowledge, Practices / Ed. by David L. Hoffmann and Yanni Kotsonis Houndsmills; Macmillan Press Ltd. New York: St. Martin's Press, 2000.
Volkov V. V. Kontseptsiya kul'turnosti, 1935–1938: Sovetskaya tsivilizatsiya i povsednevnost' stalinskogo vremeni // Sotsiol. zhurn. 1996. № 1/2.
Dubrovskiy A., Zaretskiy M., Lebedev N. Voprosy sotsiologii kino // Kinozhurnal ARK. 1925.
Egizarov R., Troyanovskiy A. Izuchenie kinozritelya. M., 1928.
Egorova M. N. Teatral'naya publika // Evolyutsiya anketnogo metoda. M., 2010.
Кино-газета: Ленингр. приложение. 1925. 31 марта.
Reznik A. Byt ili ne byt? Lev Trotskiy, politika i kul'tura v 1920-e gg. // Neprikosnovenny zapas. 2013. № 4 (90).
Fitspatrik Sh. Povsednevnyy stalinizm: Sotsial'naya istoriya Sovetskoy Rossii v 30-e gg.: Gorod. 2-e izd. M., 2008.
Eykhnenbaum B. M. Vnutrennyaya rech' kinozritelya. M., 1926.