

DOI: 10.15372/HSS20200411
УДК 94(47+57):778.5"1955/1989"

О.В. ГОРБАЧЕВ

СИСТЕМА КИНОПРОКАТА И СОВЕТСКИЙ СЕЛЬСКИЙ ЗРИТЕЛЬ (СЕРЕДИНА 1950-х – 1980-е гг.)

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
РФ, 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51

В статье обосновывается необходимость исторического изучения сельской аудитории кино в контексте закономерностей развития коммуникационной среды. Кинематограф и система кинопроката рассматриваются как пространство диалога между властью и обществом в СССР. Показано, как постепенно утрачивалась идеологическая и усиливалась коммерческая составляющая в деятельности кинопроката. Сельские киноустановки, уступая городским, тем не менее вносили значимую лепту в пополнение бюджетов местных Советов. Технологическая модернизация кинопоказа, актуальная в условиях соперничества с телевидением, в сельской местности была невозможна. Поэтому основным критерием развития сельской киносети был экстенсивный рост числа киноустановок. Невозможность обеспечения должного качества кинопоказа, начиная с 1970-х гг., обусловила сокращение сельской киноаудитории. Специфику сельского кинопотребления определяли значительная зрительская активность в условиях информационного голода, ограниченная возможность выбора фильма, меньшая требовательность к качеству фильмов и кинопоказа. Тем не менее по мере расширения коммуникационной среды сельская аудитория все более тяготела к городским стандартам киносмотра.

Ключевые слова: медиакоммуникация, советский кинематограф, кинопрокат, кинофикация, сельское население, аудитория кино, телевидение, Свердловская область, кинорепертуар

O.V. GORBACHEV

FILM DISTRIBUTION SYSTEM AND THE SOVIET RURAL AUDIENCE (MID 1950S - 1980S)

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
51, Lenina Ave., Ekaterinburg, 620000, Russian Federation

The article substantiates the need for a historical study of the rural cinema audience in the context of regularities of development of the communication environment. Cinema and the film distribution system are viewed as a space of dialogue between the government and society in the USSR. Based on documents regulating the film industry's development and sociological studies of cinema rural audiences, it is shown that the cinema's ideological function was gradually lost, while the commercial component in film distribution strengthened in the 1950-1980s. Rural projection facilities, unable to provide theatrical distribution's income comparable to city cinemas, nevertheless made a significant contribution to replenish the local Soviets' budgets. Technological modernization of the film screening, necessary due to growing competition with television, was not possible in rural areas due to the inapplicability of the large cinema model. Therefore, until the late Soviet era, the main criterion of the rural cinema network development was the extensive growth in the number of film projectors. This approach did not make it possible to ensure the proper quality of film screening, and caused a reduction in the rural film audience since the 1970s.

The specificity of rural cinema consumption was determined by significant spectator activity under the information hunger conditions, the impossibility of choosing a film, and less exacting requirements of the quality of films and film screenings. Nevertheless, as the communication environment expanded, the rural audience increasingly gravitated toward urban cinema standards. As in the city, the average age of cinema visitors was steadily declining, and school children remained the most active cinema visitors.

With the abolition of ideological restrictions and further commercialization of film distribution under "perestroika" conditions, the inefficient rural film screening system lost hopelessly in the competition with television and video gaining popularity, and was doomed to disappear.

Key words: media communication, Soviet cinema, film distribution, rural population, cinema audience, television, Sverdlovsk region, film repertoire

Олег Витальевич Горбачев – д-р ист. наук, профессор, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, e-mail: og_06@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2911-3100>.

Oleg V. Gorbachev – Doctor of Historical Sciences, Professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin.

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ АУДИТОРИИ КИНО

Исключительная роль кинематографа в социальной истории России XX в. определяется тем, что он взял на себя миссию формирования новой коммуникативной среды. В этом качестве он претендовал на то место, которое прежде занимали религия и фольклор [1, с. 410]. На кино возлагалась функция проводника ценностей большевистской идеологии, но оно оказалось в состоянии пойти дальше этой задачи, предлагая зрителю более широкую картину мира. Не стоит игнорировать и значение кино как «великого утешителя», т. е. носителя компенсаторной функции.

С точки зрения большевиков, значимость кино состояла в монологическом апеллировании к массам [1, с. 406; 2, с. 22]. Исключительная пригодность кино для выполнения пропагандистских целей обусловила важнейшее место кинематографа в советской системе ценностей. В 1920-е гг. кино было призвано убеждать зрителей в правильности большевистского выбора, в 1930–1940-е оно явилось важнейшим инструментом сталинского мифотворчества, а эпоха «оттепели» актуализировала познавательную функцию кинематографа. При этом кино на всех этапах своего существования продолжало развлекать зрителя. Развлекательно-компенсаторная функция выводила кино за пределы официального пропагандистского дискурса, сохраняя его принадлежность к миру массовой культуры. Власть довольно быстро поняла, что пропагандистский эффект кинематографа неотделим от его зрелищной составляющей, и только сочетая эти элементы, можно добиться нужного идеологического эффекта. В результате в советском обществе идеология и коммерция в кино постоянно конкурировали между собой. Несколько раз эта конкуренция становилась предметом специального рассмотрения на высшем партийном уровне (в 1928 г.¹ [3, с. 136–138]), в 1950-е гг. [4, с. 551–555]² и на рубеже 1970–1980-х гг. [5, с. 237]). Несмотря на все усилия, коммерческая составляющая кинематографа в советских условиях неизменно оказывалась сильнее идеологической. Это проявлялось как в большом количестве отечественных развлекательных фильмов, так и в значительной доле киноимпорта в кинопоказе. Широкое распространение телевидения в 1960-е гг. сделало отмеченную тенденцию еще более выпуклой: телевидение взяло на себя роль идеологического рупора, тем самым освободив кино от пропагандистских функций и усилив его развлекательный характер [6, с. 55].

Советский кинематограф традиционно широко изучается в рамках *киноведческой* парадигмы. Интерес к кинозрителю в контексте киноведения определяется прежде всего необходимостью проследить прокатную судьбу конкретных фильмов, определить желаемые

направления развития кинопроцесса с точки зрения зрительских предпочтений. Социологическое изучение киноаудитории ставит более масштабные задачи: определение значимости кинокоммуникации в жизни социума, выявление социальных функций кинематографа и возможностей регулирования кинематографической жизни общества (см.: [1; 5; 7]).

Внимание историков к аудитории кино вытекает из необходимости изучения социокультурной динамики жизни общества, закономерностей развития коммуникативной среды. Кинематограф, выступавший в Советском Союзе в качестве государственного института, интерпретируется как пространство диалога между властью и обществом. Поведение киноаудитории в этом контексте рассматривается как реакция на «монологическое апеллирование к массам» с киноэкрана. И здесь равно значимы как содержание транслируемого кинодискурса (характер и степень концентрированности идеологического сообщения либо его отсутствие), так и готовность аудитории его воспринимать. На примере эволюции зрительского поведения хорошо видно, как постепенная утрата государством монополии на информацию в условиях модернизирующегося социума в конечном счете вела к деформации и утрате значимости официально декларируемых идеологических ценностей в советском общественном сознании. При изучении системы кинопроката и зрительской аудитории безусловным подспорьем для историка являются труды представителей других отраслей знания, в первую очередь киноведов и социологов.

КИНО ДЛЯ СЕЛА

Период с середины 1950-х до конца 1980-х гг. вместил в себя искренность «оттепельного» и откровенность «перестроечного» кино, большое жанровое, тематическое и географическое разнообразие доступной зрителям кинопродукции, существенное ослабление мифотворческой составляющей кинематографа. При этом идеологические ограничения продолжали играть серьезную роль. Начиная с 1960-х гг. кинотеатры были вынуждены конкурировать с телевидением, а с 1980-х гг. – еще и с видеомагнитофонами. Расширение коммуникативной среды неизбежно отбирало монопольные преимущества у советской системы кинопроката, к чему она оказалась не готова. Во второй половине 1960-х гг. начала падать посещаемость киносеансов сначала в городе, а затем и в деревне.

В рамках изучаемого периода наблюдается постепенное сближение содержания и качества городского и сельского киносмотрения, хотя различия оставались очень значительными. Официальный курс на «сближение города и деревни» предполагал распространение городских жизненных стандартов на сельскую местность, объективно выражая ценности глобального процесса урбанизации. В послевоенном СССР этот процесс проявлялся, с одной стороны, в интенсификации миграционного оттока населения из села в город, а с другой – в урбанистическом развитии сельской сре-

¹ См.: Стенограмма доклада председателя Центрального совета (ЦС) ОДСК Мальцева на заседании общества о решениях I Всесоюзного партийного совещания по вопросам кино [5, с. 353].

² См. также: Из докладной записки министра культуры СССР Н. А. Михайлова Н. С. Хрущеву от 2 октября 1955 г. [4, с. 598].

ды. В тактическом смысле социокультурное развитие деревни было призвано удержать сельских жителей от переезда. Развитие сельской киносети было частью этой программы.

Начиная с 1930-х гг., на официальном уровне различия между городскими и сельскими зрителями не акцентировались, что было выражением курса на «пролетаризацию» села, хотя отголоски особого отношения к деревенской киноаудитории присутствовали и в 1960-е гг. Например, авторы социологического обследования на уральском материале, проведенного в середине 1960-х гг., предлагали упрощенную анкету своим сельским респондентам [8, с. 274].

Итак, в 1950–1980-е гг. для сельского кинопоказа предназначались те же фильмы, что и для города, хотя и не все из них в конечном счете до села доходили. Такая ситуация облегчает задачу исследователя: имеется возможность проводить качественные сравнения между городским и сельским зрителем этого периода.

ОРГАНИЗАЦИЯ КИНОПРОКАТА

С 1938 г. и фактически до конца существования советского строя действовал порядок, когда производство фильмов было никак не связано с их прокатом. Киностудии продавали «Союзкинопрокату» готовые кинокартины по сметной стоимости, утвержденной Комитетом по делам кинематографии, с 5 %-ной надбавкой [9]. После реорганизации 1953 г. разделение производителей и прокатчиков сохранилось: в составе Министерства культуры были созданы два ведомства – Главное управление кинематографии и Главное управление кинофикации и кинопроката [6, с. 21]. Попытки кинематографистов изменить ситуацию с тем, чтобы финансовое положение студии зависело бы от художественного успеха ее продукции, не имели результата³. 55 % валовых сборов от проката фильмов получали местные бюджеты в виде местного налога на кино. Из этих денег выплачивалась зарплата работникам социальной сферы, учителям и врачам. За счет оставшихся средств предполагалось содержать киносеть и кинопрокатные организации, но этих денег не хватало, в результате убытки кинопрокатчиков восполняли за счет бюджетных дотаций (см. подробнее: [6, с. 46]).

При выходе на экран фильму присваивалась категория, которая прежде всего учитывала соображения идеологической «правильности» фильма. Низкая категория кардинальным образом осложняла прокатные перспективы фильма.

Ситуация, при которой большая часть доходов от проката доставалась местным бюджетам, обуславливала двойное подчинение кинотеатров. Киноаппаратура принадлежала системе кинопроката, и эта же система определяла репертуар. В то же время сами кинотеатры находились на балансе местных Советов. При этом

³ См. например: Объяснительная записка Союза кинематографистов СССР и Комитета по кинематографии к проекту постановления СМ СССР «О мерах развития советского кинематографа» от 3 августа 1966 г. [4, с. 649–659].

местные органы власти получали средства на капитальное строительство и развитие культуры из центра, поскольку их собственные бюджеты были недостаточны для таких трат [6, с. 46]. Таким образом, местные органы власти хотя и выступали в роли выгодополучателей от кинопроката и были прямо заинтересованы в развитии киносети, реальные решения в этой сфере принимались на более высоком уровне.

Примерный репертуар определялся не руководителями кинотеатров, а районными кинодирекциями, которые направляли свои заявки в организации кинопроката, где работали репертуарные комиссии, в основном состоявшие из партийных работников [6, с. 48]. Естественно, что и в кинодирекциях, и в репертуарных комиссиях чиновники предпочитали не рисковать, как правило, выбирали фильмы, получившие более высокую прокатную категорию.

Несмотря на кажущуюся строгость идеологического контроля, первичными оказывались соображения выполнения финансового плана. Это приводило к тому, что часто даже самые значительные (и идеологически безупречные) фильмы не доходили до села. При существующей норме заполняемости зрительного зала не ниже 85 % [6, с. 72] ставка очевидно делалась на фильмы кассовые, очень часто зарубежные. Нередко с показа снимались фильмы с прокатной перспективой, но не дотягивавшие до нужного количества зрителей. Обычной являлась практика, когда за показанный зарубежный фильм отчитывались как за советский⁴.

В этой ситуации сельская киносеть оказывалась в наиболее уязвимом положении. Прокатчики предпочитали коммерчески успешные, хотя и художественно слабые фильмы (например, индийские или арабские). При внушительном количестве киноустановок в стране (145 тыс. в 1966 г.) только 4 тыс. представляли собой современные кинотеатры⁵. В 1970-е гг. 5 тыс. городских кинотеатров высшей категории (на 1 тыс. зрителей) приносили до 80 % сборов в первый год демонстрации [6, с. 47]. Именно на них планирующие органы и делали основную ставку. Спустя несколько месяцев новые фильмы добирались до райцентров, а до села – через полгода-год после выхода.

СЕЛЬСКИЙ КИНОПОКАЗ

В начале 1950-х гг. большая часть киноустановок СССР (34,4 из 40 тыс.) были сельскими. Несмотря на это, средний сельский житель ходил в кино не более 4 раз в год (городской – 14 раз в год). В 1953 г. 62 %

⁴ См.: Объяснительная записка отдела культуры ЦК КПСС к проекту постановления «О мерах по дальнейшему развитию советской кинематографии», август 1967 г. [4, с. 663].

⁵ Объяснительная записка Союза кинематографистов СССР и Комитета по кинематографии к проекту постановления СМ СССР о мерах развития советского кинематографа от 3 августа 1966 г. [6, с. 656]. Р. Стайтс определяет размер советской киносети по состоянию на начало 1970-х гг. в 151 тыс. кинотеатров и 138 тыс. клубов [10, р. 169]. В. И. Фомин обращает внимание на то, что в разных официальных документах цифры количества киноустановок не совпадают [4, с. 522].

сельских киноустановок были передвижными, а из-за отсутствия помещений фильмы демонстрировались в домах колхозников. Другой проблемой было то, что колхозы не выделяли для кинопередвижек лошадей (об автотранспорте речь не шла) (см.: [4, с. 523]).

В отрасли ощущался дефицит квалифицированных кадров, в том числе из-за низкой оплаты труда киномехаников. Киномеханик сельского стационара получал зарплату 280 руб. в месяц, одновременно выполняя обязанности кассира, директора театра, лектора и билетера⁶. Низкая оплата труда провоцировала злоупотребления в виде «левых» кинопоказов.

Ставка в 1950-е гг., как и в дальнейшем, делалась исключительно на экстенсивное развитие кинопотребления. Поэтому требовалось большее число киноустановок, зрительских мест, киносеансов, фильмов. В то время данный подход работал, поскольку у кинематографа отсутствовали реальные конкуренты. Киноспрос явно превышал предложение (см. подробнее: [5, с. 129]).

Несмотря на то, что фильмов во второй половине 1950-х гг. снималось в несколько раз больше, чем в годы послевоенного «малокартинья», общее количество копий оставалось примерно тем же, так как вместо прежних 20–30 копий одной картины нередко изготавливали 1–2. Поэтому даже там, где имелись благоустроенные клубы и кинотеатры, они давали не более двух киносеансов в неделю⁷.

Поскольку оплата работников кинопроката зависела от количества проданных билетов и киносеансов, доступные фильмокопии эксплуатировались нещадно, при том что одна копия способна была выдержать не более 600 показов. «В кинотеатрах демонстрируются копии, в которых, например, почти совершенно исчез звук..., в которых из-за многочисленных порывов сделаны купюры, искажающие смысл картины, иногда искажающие политический смысл»⁸ (апеллирование к политике в этом контексте должно было усилить аргументацию). Такая ситуация, нередкая для города, была еще более обычной на селе.

В конце 1950-х гг. у руководства отрасли постепенно формировалось осознание того, что прокатная монополия киносети находится под угрозой со стороны набирающего обороты телевидения. «Только в Московской области количество <теле>зрителей перевалило за 5 млн... Передача картины по телевидению немедленно снимает вопрос о ее коммерческом прокате»⁹.

Впрочем, потребовалось не менее 10 лет, прежде чем у жителей села появился реальный выбор между просмотром телепрограмм и походом в кино¹⁰. Имен-

⁶ См.: О задачах в области кинематографии и кинопроката : докладная записка председателя Оргкомитета СРК СССР И. А. Пырьева в ЦК КПСС от 17 февраля 1959 г. [5, с. 624].

⁷ См.: Там же, с. 622–623.

⁸ Там же, с. 624.

⁹ О задачах в области кинематографии и кинопроката... [4, с. 623].

¹⁰ «Во многих деревнях даже такой развитой области, как

но в 1969 г. в СССР впервые фиксируется уменьшение киноаудитории. Отмечалось, что «в те дни, когда по телевидению идут передачи, интересные для широкой телеаудитории, финансовый сбор от проката фильма в сельских клубах составляет не более 50 % обычного сбора. Так было, например, во время показа... польского многосерийного фильма “Ставка больше, чем жизнь”» [7, с. 13, 57].

До появления на селе телевидения сборы были способны обеспечить фильмы прежних лет выпуска, но примерно с 1971 г. они перестали собирать аудиторию. Телевидение существенно сократило количество свободного времени, которое человек мог уделить кино. Существенно и то, что фильмы по телевидению обычно демонстрировались во время работы сельских кино клубов [7, с. 62].

В этой конкуренции на стороне системы кинопроката была реализация коммуникативной функции (коллективное смотрение) и возможность внесемейной формы проведения досуга. К тому же сельскому кинопрокату время от времени удавалось опередить телевидение и показать новый фильм (прежде всего это касалось зарубежных фильмов, которые по телевидению демонстрировались крайне редко). Против действующей системы кинопоказа были низкое качество звука и изображения, плохое отопление, отсутствие вентиляции, грязь, шумное поведение зрителей и неудобное расположение рядов в кинозалах [7, с. 62].

Как и во всем мире, в СССР вызову со стороны телевидения должно было противостоять привнесение новых технологий в практику кинопоказа. В первую очередь речь шла о внедрении широкоформатного кино и стереозвука. Такого рода модернизация означала бы переход от экстенсивного к интенсивному направлению развития киносети. Проблема, однако, заключалась в том, что эффект от нововведений достигался лишь в больших кинозалах, которых катастрофически не хватало, особенно за пределами больших городов.

Предложение руководителей отрасли строить широкоформатные кинотеатры на центральных усадьбах колхозов¹¹ было явно утопическим при отсутствии нормальных транспортных коммуникаций и продолжающегося оттока сельского населения в города. В результате до конца советской эпохи реальные достижения кинофикации села по-прежнему измерялись количеством точек кинопоказа. По официальным данным, если в 1958 г. в стране было 61,7 тыс. сельских киноустановок, в том числе 31,5 тыс. стационарных, то в 1965 г. их уже насчитывалось соответственно 123,1 и 110,6 тыс.¹²

Доступная статистика позволяет судить о значительном количественном росте мест кинопоказа, но

Свердловская, еще нет телевидения» (сведения 1966 г.) [8, с. 271].

¹¹ См. подробнее: О задачах в области кинематографии и кинопроката... [4, с. 621].

¹² Народное хозяйство СССР в 1965 г. : стат. ежегодник. М., 1966. С. 729.

не дает представления о его качестве. Так, в Свердловской области, которая считалась одной из передовых по числу киноустановок в сельской местности, большинство из них работало в маленьких клубах, плохо приспособленных для демонстрации кинофильмов. Не во всех селах были установки, предназначенные для демонстрации картин на широкой пленке, а в узкоплечном варианте тиражировались далеко не все выпускаемые на экраны фильмы [8, с. 272–273]. В этом контексте широкоформатная перспектива сельского кинопоказа оставалась глубоко утопичной.

Что касается дальнейших показателей экстенсивного роста, то максимум числа сельских киноустановок был достигнут в 1970 г. (133,2 тыс.), из которых стационарными были 124,2 тыс., затем началось снижение¹³. В 1990 г. их осталось только 112,9 тыс. (105,8 тыс. – стационарные), причем в 1,5 тыс. (4 %) сельских населенных пунктах с числом жителей 500 чел. и более кинофильмы не демонстрировались¹⁴.

«Врожденные» проблемы сельского кинопоказа до конца советской эпохи решить так и не удалось. В 1985 г. 53 % сельских жителей РСФСР жаловались на дефицит новых кинолент, 33 % не устраивали частые обрывы киноленты во время сеансов, 17 % – неясность звука, 12 % – полосы и пятна на экране, 43 % опрошенных не устраивало отсутствие порядка среди зрителей в клубе, а 56 % отмечали плохое отопление в зимнее время либо его отсутствие [7, с. 196–197]. Несмотря на то, что ежегодно выходило уже до 300 новых фильмов, села достигали не более 40 [7, с. 208].

При возрастающей конкуренции со стороны телевидения, а затем и видео сельский кинопоказ становился все менее рентабельным. В связи с этим в годы «перестройки» предлагалось «перевести мелкие населенные пункты (до 300–400 жителей) на обслуживание телевизорами коллективного пользования в красных уголках и клубах, а в дальнейшем – и видеомагнитофонами» [11, с. 4]. Эта мера оказалась бы бесполезной – к тому времени телевизоры уже были в каждой сельской семье, зато ускорила бы разрушение сельской киносети [12, с. 2–3]. Правда же была в том, что очень долго коммерчески несостоятельный сельский кинопрокат продолжали удерживать на плаву идеологические соображения, и после крушения правящей идеологии массовое закрытие клубов и небольших кинотеатров было только вопросом времени.

СЕЛЬСКИЙ ЗРИТЕЛЬ

При отсутствии конкурентов кино очень долго оставалось универсальным зрелищем для всех категорий населения, в том числе сельского. На известном плакате «Кино – в массы!» (1946 г.) дед и внучкошкольник самозабвенно глядят на экран. На заднем плане угадываются доярка и сельский управленец

в пиджаке и галстуке. Плакат тиражирует представление о том, что в кино ходят все сельские жители. После войны так и было. Однако распространение телевидения в 1960-е гг. и последовавшее за ним снижение посещаемости киносеансов заставило власти задаться вопросом о том, что же собой представляет сельский кинозритель.

Спецификой сельской аудитории были: 1) большое количество активных любителей кино, т.е. посещающих его регулярно; 2) большая, чем в городе, доля людей, вообще не бывающих в кино; 3) гораздо меньшая, чем в городе, доля редко посещающих кино [8, с. 274]. Это значит, что сельская аудитория была гораздо более четко структурирована в своих пристрастиях, чем городская.

Обследования аудитории кино, проводившиеся с середины 1960-х гг., продемонстрировали, что наиболее значимой является градация по возрасту. Ядро потенциальной аудитории кино составила группа 11–24 года [7, с. 81]. Особенно активными были сельские школьники – например, в Свердловской области в 1965 г. они в среднем ходили в кино более 56 раз (городские школьники – только 25 раз) [8, с. 272], тем более что традиционные для города возрастные ограничения (до 16 лет) в селе обычно не действовали. По данным обследования сельского населения Калининской области (1976 г.), наиболее приобщенными к кино были группы в возрасте 15–18 лет (90 %) и 19–24 года (88 %); наименее активными – в возрасте 51–60 лет (37 %) и старше 60 лет (16 %) [9, с. 90]. Причины непосещения кино в старших возрастных группах чаще всего описывались фразами «по состоянию здоровья», «дома есть телевизор», «мало времени» [7, с. 83]. Схожая мотивация была и у городского населения, но для села она была гораздо более значимой с учетом удаленности кинообъектов и наличия домашнего хозяйства. Село значительно уступало городу в группе 31–50 лет и старше: вступление в брак налагало на сельского жителя обязанности, связанные с ведением домашнего хозяйства [7, с. 160].

Очевидными были и половые различия в аудитории кино: в 1965 г. в Свердловской области среди редко посещающих кино было 15,5 % женщин и только 10,2 % мужчин [8, с. 275]. В 1976 г. в Калининской области в кино ходили 57 % мужчин и 44 % женщин (от общей численности группы) при том, что в городе посещаемость была одинаковой [7, с. 90]. В начале 1980-х гг. тенденция сохранилась (см.: [7, с. 159]¹⁵). Причины меньшей активности женщин связаны с необходимостью работы в своем хозяйстве, а также с отсутствием детских учреждений на селе [8, с. 281].

Из представителей сельских социально-профессиональных групп наиболее часто в кино ходили механизаторы, специалисты и учащиеся. Этот вид досу-

¹³ Народное хозяйство СССР в 1980 г. : стат. ежегодник. М., 1981. С. 481.

¹⁴ Народное хозяйство СССР в 1990 г. : стат. ежегодник. М., 1991. URL: <http://istmat.info/node/455> (дата обращения: 08.12.2020).

¹⁵ К сожалению, в содержательной антологии статей М.И. Жабского, из которой взяты эти данные, не всегда указываются годы проведения социологических обследований, поэтому они указываются нами ориентировочно, исходя из контекста.

га был также популярен у работников животноводства и представителей неквалифицированного труда (категории разнорабочих) [8, с. 277; 9, с. 97].

В целом наблюдается положительная корреляция киноактивности и уровня образования, но до определенного предела. Самыми активными были люди со средним образованием, что же касается специалистов с высшим образованием, то здесь картина неоднородна: треть из них ходила на каждый фильм, четверть – редко. Среди интеллигентов традиционно наиболее активными были педагоги [7, с. 97; 8, с. 277].

Уровень киноактивности населения очень сильно зависел от категории населенного пункта. Наименее приобщенными к кино были колхозные крестьяне, проживавшие в мелких населенных пунктах. В результате кампании укрупнения колхозов в сфере внимания органов кинофикации остались только клубы на центральных усадьбах; клубы в «бригадах» в надлежащем состоянии не поддерживались [7, с. 98]. В некоторых совхозах ситуация была немногим лучше. Например, в с. Савино Камышловского района Свердловской области прием телевидения был осложнен из-за большого расстояния, фильмы демонстрировались в клубе соседнего села Чернышово, в 2 км от Савино, либо в самом этом селе в помещении пожарного депо (обследование 1965 г.) [8, с. 274].

В пригородных сельских населенных пунктах в кино также ходили редко. Во-первых, здесь было много людей, работавших в городе, которым приходилось много времени тратить на дорогу, и свободного времени не хватало; во-вторых, маятниковые мигранты имели возможность посмотреть новые фильмы в городе, не до-

жидаясь демонстрации в сельском клубе; в-третьих, эта категория зрителей была наиболее требовательной к качеству кинопоказа. Так было с жителями с. Кашино, которые работали в г. Сысерть (в 5 км) и к тому же относительно часто бывали в Свердловске [8, с. 279].

Наиболее активными посетителями киносеансов были жители крупных и средних населенных пунктов, значительно удаленных от города. Село Кировское Алапаевского района Свердловской области, располагавшееся в 50 км от города, можно рассматривать как образцовое для кинопоказа. В 1965 г. в нем имелись школа-десятилетка, больница и почта. Там же размещались большие ремонтные мастерские совхоза. В центре села располагался клуб на 250 мест, кино демонстрировали не реже трех раз в неделю. Телевидения не было, библиотека небольшая. Жители с удовольствием шли на любой фильм, в их числе преобладали школьники и механизаторы [8, с. 274].

В отличие от горожан, сельские жители были практически лишены возможности выбора фильма, поэтому изучение их репертуарных предпочтений – сложная задача. Наиболее частыми источниками информации для выбора фильма были мнения посмотревших картину или газетные рецензии. Реклама как таковая в селе отсутствовала. При возможности выбора ориентировались на название фильма и актеров. Жанр картины имел значение для более образованных [8, с. 283–285].

Сравнение репертуарных предпочтений зрителей Свердловской области позволяет утверждать, что сельские жители в 1965 г. в основном имели возможность смотреть те же фильмы, что и горожане (см. таблицу).

Оценка фильмов кинопроката жителями города и села Свердловской области, 1965 г.
Evaluation of film distribution films by residents of the city and village of the Sverdlovsk region, 1965

Город City			Село Village		
№	Название фильма Movie title	Коэффициент популярности* Popularity rate	№	Название фильма Movie title	Коэффициент популярности Popularity rate
1	Председатель	0,464	1	Цветок в пыли	0,592
2	Отец солдата	0,420	2–3	Председатель	0,521
3	Жили-были старик со старухой	0,357	2–3	Чертенюк	0,521
4–5	Верьте мне, люди	0,314	4	Отец солдата	0,493
4–5	Ракеты не должны взлететь	0,314	5	Свет далекой звезды	0,491
6	Государственный преступник	0,308	6	Государственный преступник	0,480
7	Ганга и Джамна	0,301	7	Ганга и Джамна	0,477
8	Как Вас теперь называть?	0,282	8	Ко мне, Мухтар!	0,460
9	Свет далекой звезды	0,270	9	Черные очки	0,434
10–11	Гранатовый браслет	0,268	10	Жили-были старик со старухой	0,414
10–11	Раз картошка, два картошка	0,268	11	След в океане	0,407
12	Цветок в пыли	0,265	12	Операция «Ы»	0,401

Источник: [8, с. 169, 289].

*Рассчитывался по формуле $\frac{X-P}{N}$, где X – количество положительных оценок, P – отрицательных, N – количество зрителей.

В сравнении с анкетой журнала «Советский экран» [13, с. 1] в обоих списках отсутствуют «Брак по-итальянски» В. де Сика (в Свердловской области он шел позже [8, с. 170]), «трудные» фильмы «Мне 20 лет» («Застава Ильича») М. Худиева, «Нюрнбергский процесс» С. Крамера (США, 1961) и «Пепел и алмаз» А. Вайды (Польша, 1958). Как можно судить по коэффициенту в табл. 1, сельские жители в целом более активно ходили в кино, чем горожане.

Современного зрителя озадачивает отсутствие в «городском списке» «Операции “БГ”» Л. Гайдая и «Комне, Мухтар!» С. Туманова. На верхних строчках заслуженно располагаются «Председатель» А. Салтыкова и «Отец солдата» Р. Чхеидзе. Однако безусловным фаворитом сельского проката стал индийский фильм «Цветок в пыли», в городе оказавшийся в самом конце списка, а второе и третье место с «Председателем» разделила легковесная арабская картина «Чертежок». В селе на 9-м месте оказался еще один арабский фильм – «Черные очки». Вкусы жителей города и села совпали по поводу лишь одной мелодрамы – «Ганга и Джамна» (Индия), 7-е место.

Характерно, что «сельская» проблематика фильма не стала основанием для различных оценок и у горожан, и у жителей села («Председатель» и «Жили-были старик со старухой»), что является еще одним доводом в пользу отсутствия особого «кино для деревни» в рассматриваемый период.

Вследствие сравнительно низкого образовательного уровня сельские зрители были менее требовательны, чем городские. Тем не менее по социальным группам их предпочтения серьезно различались. Так, в группе сельских школьников первые три места заняли «Операция “БГ”», «Цветок в пыли» и «Черные очки» (эта аудитория самая всеядная, в ее рейтинге нашлось место и «Отцу солдата», и «Председателю»); среди специалистов – «Три сестры», «Государственный преступник» и «Председатель»; менее образованные служащие-неспециалисты выбрали «Цветок в пыли», «Отец солдата» и «Председатель», рабочие предприятий города и транспортные рабочие, живущие в селе, проголосовали за «Цветок в пыли», «Зеленый огонек» и «Отец солдата». В последней группе коэффициенты были наиболее низкими из-за большей занятости ее представителей. Наиболее активными потребителями мелодрам являлись сельские женщины [8, с. 292–296].

С целью отдыха кино посещали малограмотные, а также сельские специалисты; интеллигенция ценила в фильме то, что он «заставляет задуматься»; женщин в большей степени, чем мужчин, привлекали переживания [8, с. 288].

С распространением телевидения и соответствующим снижением числа кинопосещений на селе более высокой, чем в городе, по-прежнему оставалась доля активных зрителей. Редко посещавших кино были способны привлечь лишь отдельные фильмы. Например, в 1975 г. это были «Иван Васильевич меняет профессию» Л. Гайдая, «Калина красная» В. Шукшина,

«А зори здесь тихие» С. Ростоцкого и «Русское поле» Н. Москаленко [7, с. 147].

В 1970–1980-е гг. с усилением коммерческой составляющей кинопроката сохраняли популярность зарубежные фильмы (особенно капиталистических стран). Что касается жанров, то на первом месте были картины о разведчиках и сотрудниках спецслужб. Относительной популярностью пользовались фильмы о любви и на семейно-бытовую тему, комедии и киноэпопеи. Больше всего упала посещаемость фильмов на тему революции 1917 г. и о дореволюционной борьбе – с начала 1970-х гг. их аудитория сократилась в 10 раз [7, с. 214, 405].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Роль кино как основного пропагандиста, отведенная ему создателями советского государства, постепенно утрачивалась. Несмотря на все еще серьезное идеологическое давление в сфере кинопроизводства, гораздо чаще стали появляться фильмы, сочетавшие познавательную и развлекательную функции, отвечавшие запросам аудитории, и объективные знания о стране, мире и человеке. При этом отношение к системе кинопроката со стороны власти становилось все более прагматичным: приоритетным оказывался коммерческий потенциал фильма. В результате в кинорепертуаре появлялось все больше «кассовых» фильмов, в том числе зарубежных, которые вытесняли из афиш «идеологически правильные», а также детские и научно-популярные фильмы.

Основные кассовые сборы новому фильму обеспечивали большие кинотеатры крупных городов, и это обстоятельство заставляло рассматривать сельский кинопрокат как малозначимый, хотя большинство действующих киноустановок располагалось в сельской местности. Жизнеспособность сельской прокатной сети в советское время обеспечивали два фактора: чеканная формула Ленина о значимости кино среди других искусств и то, что сборы от кино составляли весомую часть бюджетов небогатых местных Советов.

Как единственное визуальное средство коммуникации, кино в течение долгого времени было более востребованным, чем радио и печатные источники информации, особенно на селе. Дальнейшее развитие коммуникационной среды, прежде всего распространение телевидения, подорвало эту монополию. Слабая техническая оснащенность сельских клубов, плохие условия кинопоказа, ограниченный репертуар работали против архаичной и неповоротливой системы. Поле возможностей еще более сужалось вследствие нерациональной системы кинопоказа, небольшого количества доступных копий, быстрого вымывания из кинопоказа коммерчески перспективных фильмов.

Модернизации системы препятствовали ограниченность организационных и финансовых возможностей местных органов власти, а также продолжавшийся миграционный отток наиболее активной части киноаудитории из села в город. Новые технологии – широкий

формат и стереозвук – можно было применять лишь в больших кинозалах, но не в сельских условиях. Воспроизводился привычный для российской реальности конфликт: экстенсивное расширение киносети (кинофикация отдаленных населенных пунктов) оказывалось важнее, чем ее технологическая интенсификация.

Сельская аудитория в 1950–1980-е гг. все более тяготела к городским стандартам кинопотребления, хотя ее отличия от городской все еще были существенными. Вследствие меньшего развития информационной среды сельские жители чаще ходили в кино и были менее требовательными, чем горожане. Жанровые предпочтения сельских кинозрителей определялись их уровнем образования, более низким, чем в городе. В целом эволюция советской сельской киноаудитории отражала глобальную тенденцию – зрители постепенно становились моложе: сначала среди них доминировала молодежь до 24 лет, а затем школьники.

Сегодня очевидно, что сожалеть о разрушении системы советского сельского кинопроката бессмысленно. Кинопередвижки и сельские клубы, насколько могли, выполняли миссию распространения информации в огромной стране. Сетевые технологии справляются с этой задачей гораздо лучше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Социология и кинематограф / под общ. ред. М. И. Жабского. М., 2012. 600 с.
2. Богданов К. А. Vox populi. Фольклорные жанры советской культуры. М., 2009. 368 с.
3. Горбачев О. В. Кино для деревни: советский художественный кинематограф и крестьянский зритель в 1920-х – начале 1950-х гг. // Документ. Архив. История. Современность : сб. науч. тр. Екатеринбург, 2017. Вып. 17. С. 128–140.
4. Фомин В. И. История российской кинематографии. 1941–1968. М., 2019. 736 с.
5. Жабский М. И. Социодинамика кинематографической жизни общества. М., 2015. 496 с.
6. Косинова М. Параметры кризиса организационно-экономической системы советского кинематографа // После оттепели. Кинематограф 1970-х. М., 2009. С. 9–73.
7. Жабский М. И. Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись 1969–2005. М., 2009. 776 с.
8. Кино и зритель. Опыт социологического исследования. М., 1968. 328 с.
9. Крузалов С. Е. Аудиовизуальное произведение как объект авторского права: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2002. 192 с.
10. Stites R. Russian Popular Culture. Entertainment and society since 1900. Cambridge Univ. Press, 1992. 270 p.
11. Ибрагимов Р. Перестройка и хозрасчет // Киномеханик. 1989. № 3. С. 3–5.
12. Сельская киносеть – в опасности! // Киномеханик. 1989. № 7. С. 2–3.
13. Конкурс – 1965. Итоги // Советский экран. 1966. № 10. С. 1.

REFERENCES

1. Zhabsky M. I. (ed). Sociology and cinema. Moscow, 2012, 600 p. (In Russ.)
2. Bogdanov K. A. Vox populi. Folk genres of Soviet culture. Moscow, 2009, 368 p. (In Russ.)
3. Gorbachev O. V. Cinema for the village: Soviet art cinema and peasant viewers in the 1920s - early 1950s. *Dokument. Arkhiv. Istoriya. Sovremennost'*. Ekaterinburg, 2017, vol. 17, pp. 128–140. (In Russ.)
4. Fomin V. I. History of the Russian cinematography. 1941–1968. Moscow, 2019, 736 p. (In Russ.)
5. Zhabsky M. I. Sociodynamics of cinematic life of the society. Moscow, 2015, 496 p. (In Russ.)
6. Kosinova M. Crisis parameters of the organizational and economic system of Soviet cinema. *Posle ottepeli. Kinematograf 1970-kh*. Moscow, 2009, pp. 9–73. (In Russ.)
7. Zhabsky M. I. Sociocultural drama of cinema. Analytical chronicle of 1969–2005. Moscow, 2009, 776 p. (In Russ.)
8. Kogan L. N., Tomilov G. A., Tsukerman V. S., Volkov V. I. Cinema and the viewer. The experience of sociological research. Moscow, 1968, 328 p. (In Russ.)
9. Kruzhalov S. E. Audiovisual work as an object of copyright: dissertation. Moscow, 2002, 192 p. (In Russ.)
10. Stites R. Russian popular culture. Entertainment and society since 1900. New York, Cambridge Univ. Press, 1992, 270 p.
11. Ibragimov R. Perestroika and self-financing. *Kinomekhanik*, 1989, no. 3, pp. 3–5. (In Russ.)
12. The rural cinema network is in danger! *Kinomekhanik*, 1989, no. 7, pp. 2–3. (In Russ.)
13. Competition – 1965. Results. *Sovetskiy ekran*, 1966, no. 10, p. 1. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 19.05.2020

Дата рецензирования 25.05.2020

Статья принята к публикации 15.09.2020