

ВАРТАНОВ А.С., САЛЬНИКОВА Е.В.

Советский «поход в кино» как культурологический феномен

Ключевые слова: советская повседневная культура, культурология кино, кинотеатр, поход в кино, прокат, аудитория, дефицит информации, дефицит развлечений.

Вартанов Анри Суменович (1931–2019)*

Доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, сектор художественных проблем массмедиа, Государственный институт искусствознания, Москва
anvartanov@yandex.ru

Сальникова Екатерина Викторовна

Кандидат искусствоведения, доктор культурологии, заведующий сектором художественных проблем массмедиа, Государственный институт искусствознания, Москва
ORCID ID: 0000-0001-8386-9251
k-saln@mail.ru

В статье сделано описание феномена «похода в кино» в позднесоветский период 1970–1980-х. Авторы рассматривают не коммерческую эффективность кинопроката, не его техническую организацию, а его роль в социокультурной среде, в формировании определенной атмосферы эпохи. Процесс похода начинался с поиска информации о фильмах и их показах в городских кинотеатрах, которая была не столь доступна, как в наши дни. Нередко получение этой информации требовало выхода на улицу и изучения уличных киноафиш. Покупка билета в кино была связана с долгим пребыванием в очереди, со сложными ситуациями коммуникации и конфликтами с другими потенциальными зрителями. Кинотеатр являл собой более закрытое помещение, куда не впускали без билета. Анализируется роль «кассира» и «контролера» как сакральных фигур, в чьих руках находятся «ключи» доступа к территории развлечения. В статье описаны типичные экстерьеры кинотеатра со стеклянной стеной и навесом над центральным входом, а также типичные интерьеры фойе позднесоветских кинотеатров. В сопоставлении с неосуществленными замыслами строительства дворца киноискусства в сталинскую эпоху очевидны радикальные перемены, происходящие в концепции кинопоказа.

Vartanov A. S.

Doctor of Philology, Professor, Chief Researcher, sector of art problems of mass media, State Institute of Art Studies, Moscow
anvartanov@yandex.ru

Salnikova E. V.

Doctor of Cultural Studies, PhD in Theatre History, Head of the Mass Media Arts Department, The State Institute for Art Studies, Moscow
ORCID ID: 0000-0001-8386-9251
k-saln@mail.ru

Key words: Soviet every day culture, culturology of the cinema, phenomenon of cinemagoing, movie house, audience, film distribution, lack of information, deficit of entertainment.

VARTANOV ANRI S., SALNIKOVA E.V.

Soviet “Cinemagoing” as a Cultural Phenomenon

The phenomenon of “cinemagoing” in the late Soviet period of the 1970s and 1980s is described in the article. The Authors consider not the commercial efficiency of film distribution, not its technical organization, but its role in the socio-cultural environment, in the formation of a certain atmosphere of the epoch. The process of the cinemagoing started with the search for information about films and their screenings in city cinema houses, which was not as accessible as in our days. Often the receipt of this information required exit outdoors and studying street movie posters. To buy a movie ticket we need to stay in the long queue, with difficult communication situations and conflicts with other potential cinemagoers. The cinema was a closed place, the entrance wasn't allowed without a ticket. The role of “cashiers” and “supervisors” as sacred figures in whose hands are the “keys” of access to the territory of entertainment is analyzed. The article describes typical exteriors of Soviet cinema houses with a glass walls and a “tent-roof” over the central entrance, as well as typical interiors of the cinema foyer.

* Вартанов А.С. (08.03.1931 – 30.05.2019). Статья поступила в редакцию 17 апреля, была принята к публикации 30 апреля 2019 года.

УДК 791.4
ББК 71

Введение

КИНОПОХОД В РАКУРСЕ АНТРОПОЛОГИИ МЕДИА

Паттерны повседневности радикально изменились за последние сорок-пятьдесят лет. Нынешние студенты, к примеру, могут совершенно не представлять, как выглядели советские кинотеатры, каков был их типичный интерьер и откуда бралась информация о прокате того или иного фильма⁽¹⁾. Оглядываясь назад, начинаешь осознавать, что многие недавно безальтернативные элементы повседневной культуры, досуг превратились в туманную историю. В сопоставлении с современными повседневными практиками они видятся весьма существенными характеристиками ушедшей культурной эпохи.

Традиция научной рефлексии о формах кинопроката, читающаяся в исторических исследованиях кинематографа, в частности, у Жоржа Садуля, описывавшего феномен каф-кона [10, с. 191], на наш взгляд, требует продолжения. И в данной статье мы хотим остановиться на повседневном контексте и режимах восприятия кинопроизведений в советский период, адресуя наши наблюдения прежде всего новым поколениям думающих людей, которые не знакомы с советской повседневностью по личному опыту.

(1) Сальникова Е.В. Полевые материалы автора. Рецепция советской культуры современной студенческой аудиторией. Часть первая. Кино, кинопрокат, кинотеатр. 2017–2018.



Илл. 1. Кинотеатр «Варшава» в Москве. 1970–1980-е

Предмет статьи – процедура посещения кинотеатра и особенности его пространства в позднесоветское время, вплоть до завершения периода успешного кинопроката. Оно наступает во второй половине 1980-х, когда прокат перестает быть самокупаемым и превращается в убыточный, после чего в период перестройки происходит разрушение его прежних форм [7, с. 38; 5, с. 243], что киноведение справедливо связывает с тектоническими сдвигами во всем советском обществе и культуре, в том числе с политической активностью общества, резко возросшей публицистичностью телевидения, распространением видеосалонов, приходом на отечественный рынок высоко конкурентного американского кино [5, с. 245]. Все это в целом привело к развалу советской системы кинопроката [5, с. 252–253].

Наша цель – реконструкция специфики «похода в кино» и осмысление его роли в социокультурном контексте заката советского времени, когда кинопрокат был коммерчески прибыльным. Самая высокая посещаемость наблюдалась в период 1967–1975 [5, с. 192], но и позже в кино ходили толпы, а научные труды с гордостью

писали о самых дешевых билетах в мире и самой частой в мире посещаемости [8, с. 4]. Мы сосредоточимся пока только на массовом общедоступном, коммерческом кинопрокате – то есть рассмотрим походы в обыкновенные городские кинотеатры, предполагающие покупку билетов. Сознательно оставляем за рамками данного исследования некоммерческий советский кинопоказ, который зародился еще в революционную эпоху, эволюционировал и имел различные вариации. Эта тема требует отдельного изучения и анализа.

Не претендуем на всесторонний охват жизни вокруг и внутри кинотеатров в 1970–1980-е годы. Каждый регион мог иметь свои особенности, которые на сегодняшний день остаются мало или совсем неучтенными и неизученными. Дело будущего – пытаться воссоздать эту историю нашей культуры за пределами среднестатистического и типичного. Так, например, в книге П.А. Оясмаа 1975 года можно прочесть о планомерном производстве в Эстонской ССР на Эстонском Рекламфильме рекламы для показа по ТВ и в кинотеатрах перед основным фильмом. Говорится, что такой выпуск насчитывал в среднем 200 рекламных фильмов в год [8, с. 43–44]. Однако по личному опыту посещения кинотеатров в Эстонии во второй половине 1970 – первой половине 1980-х мы не можем подтвердить эту информацию. Рекламные же фильмы как более-менее заметное явление в кинотеатрах РСФСР тоже не вспоминаются.

Нашей гипотезой является наличие существенных «ножниц» между интенсивным производством разнообразной, в том числе культурной продукции – и ее выходом в пространство широкого потребления. Кроме того могли существовать расхождения между официальными декларациями в литературных источниках и реальными практиками демонстрации какой-либо экранной продукции. Уже не говоря о том, что в движении от 1970-м к 1980-м наблюдалось угасание некоторых практик и инициатив, нацеленных на модернизацию советских культурных индустрий и их сближение с зарубежными практиками и форматами.

В связи с перечисленными особенностями советского культурного пространства мы полагаем наиболее эффективной постановку локальной задачи – воссоздать и осмыслить свой личный культурный опыт означенного периода, обращаясь к подходам *археологии медиа* и считая, что конкретные частности могут пролить больше света на

культурный феномен похода в кино, нежели попытки глобальных теоретических обобщений, основанные на косвенных данных, объективность которых может оказаться тоже весьма и весьма относительной. Как пишут Е.Р. Ярская-Смирнова и П.В. Романов в предисловии к коллективному труду о советской социальной политике, «поскольку представления о мире, ценностные ориентации людей... далеко не однородны, особое значение приобретают личные документы, а там, где это возможно, и не столь традиционные для историка источники – устные свидетельства очевидцев, а также символическая продукция – литература, кино, плакаты, газетные статьи, открытки, городской фольклор и многое другое...» [16, с. 9–10]. А также, добавим, личные свидетельства авторов исследования, являвшихся рядовыми участниками и очевидцами культурного процесса.

Исследования, опирающиеся на личные свидетельства рядовых участников культурного процесса, нами уже предпринимались и были связаны с историей телевидения и перестроечного кинопроката [12]. В своем стремлении мы солидарны с Эриком Рутенбюхлером и Михаем Команом, издателями солидного труда «Антропология медиа», писавшими о потребности применения гуманитарной науки для «более адекватного понимания мира», для разглядывания особенного в общем, и осознания того, что многое из кажущегося стабильным и неизменным может обернуться преходящим и связанным с конкретикой общественной и культурной жизни определенного периода [18, с. 10].

В отечественной науке, успешно развивающей анализ советской культуры и социума [6; 13], тем не менее, проблематика публичного просмотра кинофильма находится на периферии внимания. Во всяком случае мы затрудняемся назвать современные отечественные большие исследования, аналогичные зарубежным монографическим, например, книге Гомери Дугласа, в которой американский кинопрокат рассматривается не только с коммерческой точки зрения, но и в качестве важной части истории культуры [17]. На наш взгляд, пора осознать советские режимы похода в кино и вообще просмотра кинофильмов как значимый культурологический феномен, который интересен сам по себе, будучи неотъемлемой частью культурного процесса, а не только завершающим этапом «кинопроцесса». Впрочем, даже в этой скромной роли кинопрокат фигурирует далеко не всегда. Например,

во введении к коллективной монографии «Комплексное исследование кинопроцесса» Яков Иоскевич так определял кинопроцесс: «...динамичный уровень системы кинематографа, включающий взаимодействие организационно-технологических и творческих, коллективных и индивидуальных факторов; конечной же целью процесса является создание фильма, обладающего предвидимыми результатами воздействия на массовую аудиторию» [4, с. 3]. Весьма показательным, что поход в кино не рассматривается культурологически и в уже цитированном нами масштабном исследовании Косиновой об истории отечественного кинопроката [5]. Так, из ее книги невозможно понять, как выглядели кинотеатры, какова была процедура приобретения билетов, атмосфера перед показом, типичные паттерны поведения и самочувствия потенциального зрителя в публичном пространстве «вокруг кино». В постсоветских исследованиях на первый план выходят проблемы продюсирования искусства, в значительно меньшей степени – проблемы проката. Но и то и другое интересует прежде всего с практической точки зрения, а не как самоценное культурное явление, нуждающееся в осмыслении.

ОТ КОЛЛЕКТИВНОГО К ПРИВАТНОМУ ПОХОДУ

В ранние советские годы к теме публичного кинопоказа обращались в связи с необходимостью формирования новых социокультурных практик коллективного восприятия «важнейшего из искусств» в идеологически выверенном ракурсе. Отсюда внимание к популяризации антирелигиозного фильма [15], а также отношение к кино как роду просветительской деятельности, которая, соответственно, должна максимально эффективно и широко присутствовать в советской повседневности, в самых разных формах проката. Как писали в 1930 году, «культурная фильма может отчасти восполнить пробелы в работе провинциальных рабочих клубов, вызванные недостатком лекторских и педагогических сил» [14, с. 6]. Между тем под просвещение и пропаганду в этой книге подводились и некоторые западные игровые фильмы, пользовавшиеся большой любовью советских зрителей: «Нередко приходилось слышать в клубах, от членов физкультурных кружков, “завистливые” слова по поводу

акробатических трюков “веселого Дуга”⁽²⁾. Это дает нам основание полагать, что такая фильма как “Знак Зорро” может служить не плохим пропагандистом физического развития в рабочих клубах. Здесь мы имеем своеобразный случай, когда формальная сторона фильма сама по себе дает уже материал для просветительской работы» [14, с. 41]. Вплоть до 1960-х годов было актуальным понятие коллективного похода в кино или просмотра фильма на территории коллективного досуга, к примеру, в рабочем клубе, в доме культуры. Сама коллективность восприятия фильма виделась прочно встроенной в дискурс советской коллективности и общественно значимой жизнедеятельности. Отзвуки и трансформации этого дискурса мы находим, в частности, у Виктора Драгунского в одном из рассказов:

«Однажды Раиса Ивановна сказала:

- ...Завтра на класс, и первый «А», и первый «Б», все три класса вместе, пойдут в кинотеатр «Художественный» смотреть «Алые звезды»...

<...> ...Наш класс занял лучшие места в первом ряду, потом в зале стало темнеть и началась картина. И мы увидели, как в широкой степи, недалеко от леса, сидели красные солдаты, как они пели песни и плясали под гармонь... <...> И в это время, откуда ни возьмись, появились белые офицеры... И красный пулеметчик стал отстреливаться, но он увидал, что у него мало патронов, и заскрипел зубами, и заплакал... я не выдержал, выхватил свой пистолет и закричал, что было сил:

- Первый класс «В»! Огонь!!!

И мы стали палить изо всех пистолетов сразу. Мы хотели во что бы то ни стало помочь красным»⁽³⁾.

Однако дети остаются дольше встроенными в традиционные коллективные ритуалы советской культуры, нежели взрослые. В 1930-е годы взрослый приватный досуг в Москве и Ленинграде органично включал регулярные кинопоходы⁽⁴⁾. И тем более они являются абсолютной нор-

(2) Имелся в виду Дуглас Фербэнкс, звезда немого кино, исполнитель главной роли в фильме «Знак Зорро».

(3) Драгунский В. Сражение у Чистой речки // Драгунский В. Денискины рассказы. М.: Малыш, 1968. С. 67–68. Имеются в виду игрушечные пистолеты с пистонами.

(4) Сальникова Е.В. Полевые материалы автора. Поход в кино. Ретроспективный взгляд. 2017.

мой в 1950–1960-е годы. Один из них на всю жизнь врезался в память одного из авторов данной статьи, когда он учился на журфаке МГУ:

«... я случайно, во время Недели итальянского кино, которая проходила в «Ударнике», увидел новый фильм «Дорога» неизвестного у нас тогда Феллини. Потрясли не только актеры и история, ими разыгранная, но и мощно проведенная в ленте фаталистическая идея веры, построенной на христианском приятии сущего. Для моего комсомольско-атеистического сознания это стало форменным шоком. Выйдя после сеанса на улицу, я долго бродил под порывами мокрого снега и никак не мог пойти домой. Хотя «Ударник» находился в нашем доме, и мой подъезд соседствовал с его кассами» [1, с. 10–11].

В 1970-е годы коллективность школьного «похода в кино», как нам представляется, если и продолжает иногда иметь место, то уже не оказывает существенного влияния на атмосферу эпохи, являясь скорее пережитком предшествующего периода. Наступает пора коллективного просмотра в сочетании с приватностью решения о посещении кино и движения зрителя к кинозалу.

Поход в кино не случайно именовался именно походом. В практике продвижения к кинотеатру и киноэкрану содержалось довольно много мобилизационных моментов. Они сопрягались с теми релаксирующими элементами и тем удовольствием, которое было также весьма сильным при попадании в кино, даже если просмотренный фильм не очень нравился или совсем не нравился.

Опишем тот вариант практики «похода», который известен по собственному опыту и опыту близких друзей и родственников, в основном людей, понимающих всю ценность кинофильма как искусства, развлекающего и одновременно заставляющего размышлять. Надо сказать, что таких людей было не мало, поскольку официально не поощрялись бездумные развлечения, поверхностное потребление искусства ради сиюминутного удовольствия. Серьезное отношение официальной культуры к кино имело продолжение в виде серьезного отношения даже к «кино как развлечению», что было неотделимо для многих от размышления об увиденном, от попыток понять фильм и с помощью этого понимания продолжать рефлексию о действительности [12, с. 305–307].

ПОДСТУПЫ К КИНОТЕАТРУ И КИНОЗАЛУ

Итак, поход в кино был делом многоступенчатым.

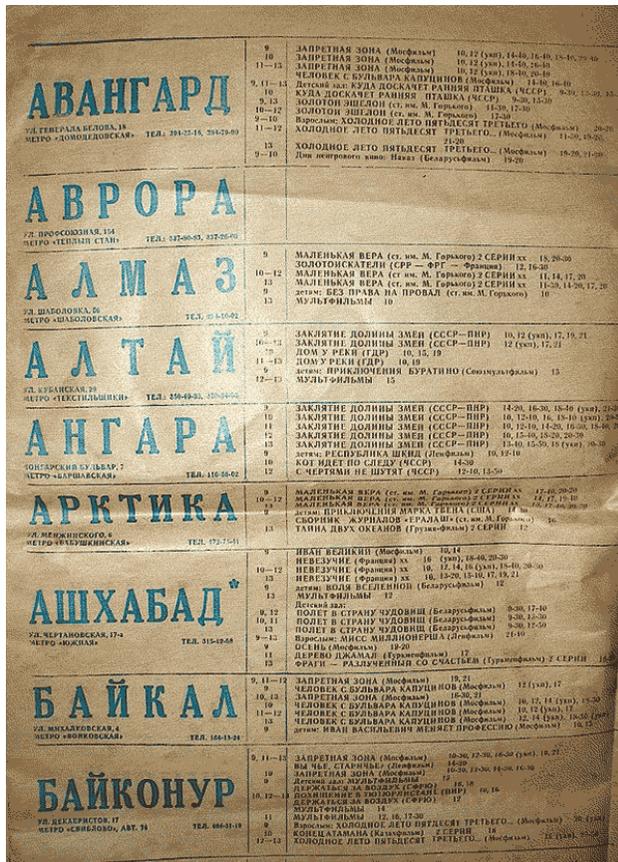
Сегодня есть множество способов, не сходя с места, узнать репертуар кинотеатров. В советские же годы это было проблемой. Самый надежный способ состоял в том, чтобы подойти к самому кинотеатру и посмотреть, что идет и какие сеансы. Но то была информация слишком локальная, относящаяся к одному кинотеатру.

Об ожидаемых в прокате фильмах рассказывали в специальной телевизионной программе, но никакой точной информации о времени выхода той или иной картины в прокат там не давалось. Телевизионная информация использовалась автономно, как развлечение и способ построить очень далекие планы в ожидании нового фильма, который появится в кинотеатрах неизвестно когда.

Зато возле станций метро, на некоторых бульварах и в разных, иногда самых неожиданных и не очень людных местах, стояли киноафиши. Они представляли бледный, грязно-розоватый лист бумаги, на котором мелкими буквами цвета морской волны печатались списки кинотеатров с их репертуаром и сеансами, а также адреса кинотеатров. Афиша клеилась на специальную доску на двух металлических ножках, вмонтированных в прямоугольный бетонный бордюрик. Удобнее всего было опереться одной ногой на этот бетон и медленно, долго изучать афишу, пытаясь найти в ней интересующий фильм или спонтанно сформировать интерес к какому-либо из перечисленных фильмов.

Никаких аннотаций, никакой жанровой ориентации эта афиша не давала. Приходилось полагаться только на название и страну производства картины. Не последнюю роль играло и местоположение кинотеатра. Если он был близким и знакомым, мы быстрее решались туда направиться. Очень далеко ехали в том случае, если знали, что усилия того стоят и там идет нечто экстраординарное – или если в ближайших кинотеатрах точно «ничего не было», то есть надежд на интересный фильм их афиши не рождали.

Поскольку информация о фильмах и сеансах часто добывалась вне дома, то и дальнейший алгоритм действий предполагал, что потенциальный зритель легок на подъем и не пожалеет времени и сил ради похода в кино. Посмотрев афишу и решив, куда лучше всего



Илл. 2. Киноафиша
позднесоветского
времени

в старых, в последствии приспособленных под кинотеатр зданиях и, наконец, в зданиях, где кроме кинотеатра есть другие учреждения или где на верхних этажах расположены жилые квартиры. Впрочем, кинотеатр сам по себе был малоинтересен, да он и не обладал, как правило, никакими особыми внешними свойствами. Он рассматривался в первую очередь как носитель афиш и вместилище кинозала. Как писал автор книжечки о послевоенном состоянии кинопроката, «наиболее распространенной формой выпускной рекламы является фасадная реклама, осуществляемая обычно средствами художественной росписи и светотехники» [3, с. 138]. Насчет актуальности использования «светотехники» в реальной кинорекламе

направиться, мы нередко шли и даже ехали в кинотеатр, чтобы купить билеты заранее – на вечер или на завтра. Боялись, что перед самым сеансом билетов может не быть или останется только первый ряд.

Конечно, бывало и такое чудо – подходишь к кинотеатру, выясняешь, что есть устраивающий тебя фильм, удобный сеанс и билеты на него. Покупаешь билет без очереди и тут жеходишь в фойе кинотеатра. Особенно часто такие удачи случались в утренние часы, летом, а также на детские фильмы. Однако любой сколько-нибудь взрослый новый фильм, особенно зарубежный, собирал очередь за билетами.

Кинотеатры, как и сегодня, делились на те, что расположены в специально построенных зданиях, те, что размещались

в 1970–1980-х годах остаются большие сомнения. Она использовалась чрезвычайно редко, если только не иметь в виду подсветку все тех же от руки написанных афиш.

Афиши с перечнем названий картин, идущих на текущей неделе и планируемых на следующей неделе, размещались также иногда возле кинотеатра, на специальных больших стендах. Часто афиша представляла написанное краской, от руки название картины, имя режиссера, нескольких основных исполнителей, страну производства, киностудию.

Кинотеатры в конце советского периода являли собой достаточно закрытое пространство. Только при наличии билета можно было войти через центральный вход и оказаться в фойе, из которого большие двери вели в зрительный зал. На входе в фойе стояли контролеры и проверяли билеты. В фойе мог работать буфет, однако пройти в него, не имея билета на ближайший сеанс, – как принято в нынешнее время – никому не разрешалось.

Кассы располагались, как правило, сбоку, а то и позади основного входа, часто они имели отдельный вход. Иногда кассы занимали отсек пространства между центральным входом и фойе, так что не надо было выходить на улицу, чтобы после покупки билетов оказаться в фойе кинотеатра – это особенно ценилось зимой, в мороз.

В помещении кассы висел план зрительного зала. Однако воспользоваться им приходило в голову не часто. Если билетов было много, оказывалось не важно, на какое место будет билет именно у вас, потому что существовала традиция усаживаться на свободные места. Никто не требовал от зрителя, чтобы он садился именно на свое место, если мест в зале много. Разбирательства и скандалы случались лишь тогда, когда кто-то садился на чужие места при отсутствии свободных мест. Таким образом, человек покупал прежде всего право войти в кинотеатр и в зрительный зал, скорее формально приписываясь к конкретному месту.

Как правило, кассиры ни у кого не спрашивали, где эти конкретные зрители предпочли бы сидеть. Но некоторые покупатели билетов успевали вовремя (то есть до выписывания билета) крикнуть в окошечко: «Пожалуйста, подальше, если можно!» или «Куда-нибудь в серединку, пожалуйста!» Но если билеты были в дефиците, тогда уж точно оказывались не уместны никакие уточняющие просьбы. К тому

же кассиры в зависимости от настроения могли проигнорировать просьбу даже при возможности ее выполнить. Всерьез, конечно, никто и не думал о комфорте по обе стороны магического окошечка кассы.

Очереди в кассу являлись обычным делом. Нередко они оказывались так многочисленны, что «хвост» тянулся на улицу и был весьма внушительным. Очереди стояли и на улицах, тянулись вдоль стены кинотеатра. Они являли собой привычное уличное зрелище, как бы сигнализируя о наличии экранного произведения, достойного всеобщего внимания, физических усилий «стояния» и траты личного времени.

Стояние в очереди могло сопровождаться общением с другими покупателями билетов, а также отлучками и договоренностями: «Вы будете стоять, куда не уйдете? Мы в магазин ближайший сбегаем, булочку купим». Или: «Простите, мы отойдем к автомату, вы нас запомните, мы вернемся!» Имелся в виду телефонный автомат, по которому следовало позвонить домой и сообщить, если идея похода в кино возникла спонтанно.

Всегда жил страх, что очередь прошла или люди, стоявшие позади нас, куда-нибудь делись и нас «не пустят» в очередь обратно. Этот страх щекотал нервы и сообщал попаданию в кино элемент авантюры. Другой страх был связан с тем, что билеты на нужный фильм или удобный сеанс кончатся. Страх не проходил вплоть до выписывания голубеньких или зеленоватеньких, шершавеньких, продолговатеньких билетиков. Билеты довольно часто попадали в разряд дефицитного товара, дефицитной привилегии, каким считалось увлекательное зрелище, развлечение.

В книгах по экономике искусства того времени рисовалась идиллия замечательного обслуживания желающих смотреть кино:

«В учреждениях кинопроката, в организациях киносети получили распространение такие формы социалистического соревнования: за отличное кинообслуживание населения, за интенсивное использование каждой фильмокопии и др.» [2, с. 263]. На самом деле процедура покупки билетов нередко становилась «добыванием», занимала много времени и была связана с риском, скандалом и мелкой незаконной деятельностью. Например, некоторые люди умели втереться в любую очередь и купить билеты «вне очереди». Некоторые умели вовремя подлететь к тем, у кого оказывался лишний билет, и быстро купить



Илл. 3. Образец билетов советских кинотеатров

его. Некоторые занимались перепродажей билетов (по повышенной цене) на особо престижные кинопоказы – например, в Доме кино в период Московского Международного кинофестиваля.

Как мы уже писали, покупка билетов происходила через окошечко, «отгороженное от помещения касс мутноватым пластиком. К окошечку надо было наклоняться. Ожидание в очереди к кассе и общение с кассиром часто носило весьма драматический характер, поскольку билеты могли закончиться раньше, чем подойдет ваша очередь. Кассир (как правило, женщина средних лет или пожилого возраста) являла очень важное, почти сакральное звено «похода в кино», поскольку именно она вручала вам дефицитные билеты или вывешивала объявление о том, что «все билеты проданы», а могла вдруг просто закрыть окошечко и куда-то уйти на неопределенное время. Если Высоцкий пел про «телефонистку-мадонну» как единственное звено, способное обеспечить затрудненную коммуникацию любящих мужчины и женщины, то советская «кассирша» была разновидностью такой «мадонны»... *магической проводницы в мир кино*. Кинотеатр нередко функционировал в режиме территории дефицитного художественного товара, сакральной труднодоступной зоны. «Кассирша» могла упростить легальный вход в фойе киноте-

атра, откуда уже наверняка попадаешь в зрительный зал. И она же могла сделать попадание в кино мучительной пыткой и авантюрой, с поиском “лишнего билетика” или попытками договориться с контролерами, усыпить их бдительность и т.д. *Будучи скромной служащей, она оказывалась носительницей почти сакральных функций – превращения рядового человека в зрителя и оснащения потенциального зрителя волшебным предметом, гарантирующим попадание в зону восприятия экранной реальности.*

А внешне рабочее место кассира выглядело невзрачно, подчеркнуто прозаично и обыденно. Позади у кассира могли располагаться настенные часы либо, в лучшем случае, календарь или афиша, и часто они были старыми, блеклыми. Никто не собирался человека развлекать и завлекать в процессе покупки билетов. Это была решающая стадия, пограничное пространство между человеком и нередко весьма дефицитным кинопродуктом... Никакой эстетической привлекательности в... билете не было. Но он воспринимался как сакральный документ, весь смысл которого в том, что он “позволяет” войти на желанную территорию кинопоказа, куда иначе войти нельзя» [11, с. 134].

Наибольшим спросом пользовались зарубежные картины. Срок давности фильма не имел значения. Прокат повторных фильмов приносил до 34,3% общей прибыли от проката [5, с. 212], так что старое кино шло регулярно в немалых количествах. Например, в начале 1980-х огромная очередь стояла в кассах московского кинотеатра «Эстафета» на фильм «Викинги» 1950-х годов.

Особым эстетизмом обладало пространство перед центральным входом в фойе. В случае наиболее «типичного» и «правильного» здания кинотеатра это пространство могло располагаться на возвышении, к нему вели ступени шириной во всю стену фасада. В любом случае хотя бы одна ступень отделяла пространство улицы от преддверия кинотеатра. Над широкой площадкой фасада имелась конструкция в виде навеса с вмонтированными в него маленькими лампочками, загоравшимися в вечерние часы. Под этим навесом, в просторечии именовавшимся «козырьком», расхаживали те, кто ожидал своих спутников для похода в кино. Данная мизансцена вдохновляла и будоражила.

Фланирование в двойном ожидании – когда придет нужный человек и когда можно будет войти в фойе – выглядело со стороны

очень красиво и драматично. В целом подобная конструкция площадки перед входом напоминала театральную сцену (в некоторой степени отсылающую к шекспировскому «Глобусу» с навесом *heaven* над основной сценой *argon*) и была словно специально создана для того, чтобы всем идущим мимо людям захотелось срочно купить билеты и тоже топтаться «под козырьком». Ожидание входа в кинотеатр являлось актуальным городским зрелищем, не несущим в себе никаких явных отсылок к официальной советской идеологии. И люди перед входом в кинотеатр виделись не представителями каких-либо классов, слоев и социальных или профессиональных групп, но перекодировались в общность кинозрителей.

Однако в ней нередко проявлялись неофициальные, однако прочно утвердившиеся в советской повседневности нравы, далекие от этической гармонии. Помимо ухудшения состояния общественной нравственности, которое социологи расшифровывают как падение мотивации к качественному труду, снижение трудовой дисциплины, рост алкоголизма, снижение вертикальной мобильности [16, с. 23], на уровне повседневного общения повсеместное исчезают вежливость, предупредительность, доброжелательность. В кассах могли нахамить как продавщицы билетов, так и стоящие в очереди люди. “Контролерши” на входе тоже могли нахамить. В зале могли возникнуть конфликты на почве двойных билетов на одни и те же места, на почве загораживания экрана головным убором или чьих-то громких переговоров во время фильма.

Площадку перед центральным входом и фойе можно классифицировать как две зоны ожидания, где уже (или еще) не шла борьба за попадание в кинозал. И потому то были относительно бесконфликтные пространства отдыха от мобилизационных усилий.

Если на фильм спрашивали «лишний билетик», то это, как правило, делалось на подступах к площадке под козырьком. Чем большим спросом пользовался фильм, тем дальше от кинотеатра встречались люди, спрашивающие лишние билеты. Иногда эта ловля билетов начиналась от самого метро. Подобно театру, в случае аншлаговых спектаклей которого билетик спрашивали уже в отдалении, кинотеатр как бы распространял вокруг, далеко в городскую среду, свою ауру необходимого и труднодоступного места демонстрации желанных фильмов.

Интересно было иногда попадать в зону «дефицитного» киносеанса и выслушивать вопросы о лишнем билете, если вы не собирались в кино и не были осведомлены о том, «что идет». Казалось, вы погружаетесь в какой-то особый мир напряжения и «культурной охоты», у которого нет физических, четко фиксированных границ и вообще официального признания его бытия. Однако этот мир появлялся и делал всё и всех, что ему не принадлежит, лишними, случайными. Этот мир «культурной охоты» за билетом был внутренне целостным миром посвященных – они знали, что особенного в «идущем» фильме, на что надо прорываться. Они, на взгляд таких же посвященных, жили правильными целями. А остальные, проходящие сквозь этот чужой мир, чужую транзитную зону, лишь подчеркивали особость и загадочность мобилизационного предприятия, каким являлся приватный поиск шансов попадания в кино.

Формирование пространства, выпадающего из идеологического советского поля, особенно чувствовалось в фестивальные периоды и вечером. По воспоминаниям второго автора данной статьи:

«самый идеальный козырек, создающий романтически красивую “картинку” обители киноискусства, как мне казалось в детстве, принадлежал центральному кинотеатру “Сатурн” в Ялте. Кинотеатр примыкал к современному, кубическому зданию торгового центра. Широкий козырек синего цвета загорался круглыми желтыми лампочками, создавая атмосферу звездного неба. Перед входом в кинотеатр шумели фонтаны. И ради попадания – сначала внутрь этой мизансцены – я готова была высиживать любые непонятные фильмы фестиваля зарубежного, “старого” кино, который проходил летом, в середине 1970-х в Ялте и на который я ходила вместе с бабушкой. Она умела уговорить “контролерш” пускать нас даже на вечерние сеансы»⁽⁵⁾.

В конце 1970-х – начале 1980-х кинотеатр воспринимался уже исключительно как та территория, где человек имеет все шансы не восприниматься в качестве внятно и однозначно очерченной социальной единицы и не обязан нести в своем облике черты какой-то конкретной страты. В кино приходили не как ученики, старшеклассники, отличники, хорошисты или двоечники, как люди



Илл. 4. Кинотеатр «Сатурн» в Ялте. 1970–1980-е

интересных или неинтересных профессий, а просто как приватные люди, выходящие в публичное городское пространство и желающие видеть там таких же социально и идеологически неопределенных людей. «Однажды в Москве, придя сразу после уроков в пятницу на фильм в кинотеатре “Варшава”, я с изумлением увидела стоящих перед фойе двух наших учительниц английского языка, которые дружили. Они были красивыми, молодыми, ели мороженое и о чем-то разговаривали. Меня очень изумило то, что они ведут себя “как все нормальные люди”, совершенно не похожи на учителей школы и тоже хотят сразу после конца трудовой недели пойти развлекаться. “Англичане” всегда в нашей английской спецшколе казались мне наиболее симпатичными людьми с более гуманным отношением к детям и с более широким кругозором. Появление их на площадке перед кинотеатром подтверждало мои ощущения. В тот момент я очень сожалела о том, что не успела зайти домой и переодеться из школьной формы в какую-нибудь другую одежду, чтобы не иметь на себе ничего, что характеризует меня как школьницу. Поскольку учительницы носили свою обычную одежду, получалось, что я больше похожа на ученицу, чем они на “училки”»⁽⁶⁾.

Прохожие, идущие мимо площадки под козырьком, иногда подходили к кому-нибудь из ожидающих и спрашивали: «Простите, а что сегодня идет?», «А какой фильм? Что, говорят, хороший?», «Извините,

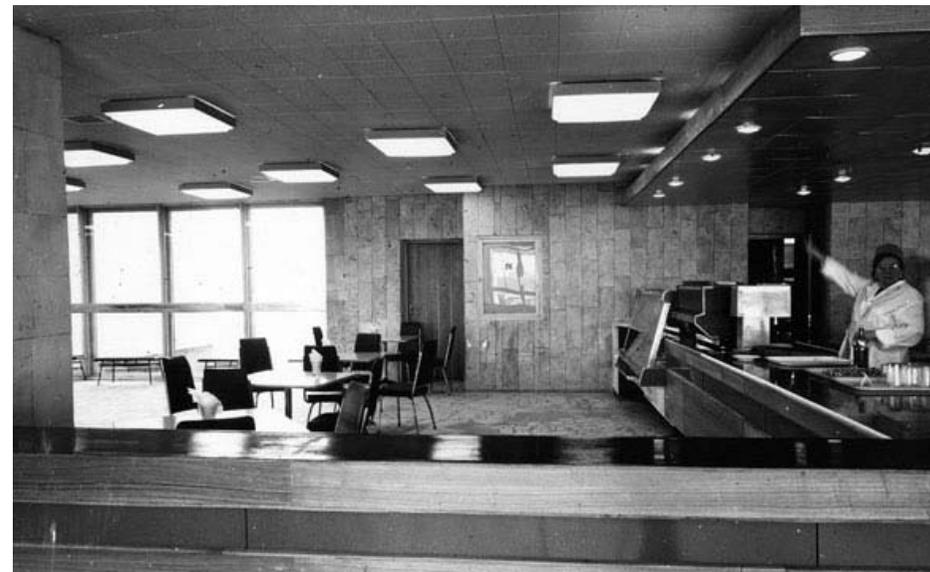
(5) Сальникова Е.В. Полевые материалы автора: Поход в кино 1975–1990. Ретроспективный взгляд. 2017.

(6) Там же.

а вы долго в очереди стояли? Ну, больше часа?» Считалось нормальной практикой – заговорить с «культурными» и «современными», хотя и незнакомыми людьми, видя, что они находятся на территории культурного досуга, в пограничной зоне улицы и кинотеатра, в преддверии кинопросмотра. «Современные» люди – могли без всякого зазрения совести рваться на легкомысленную зарубежную комедию или даже детектив. А «несовременные» сочли бы это антисоветским поведением. «Культурные» люди не шарахались, когда к ним подходили с вопросами, а готовы были выдать информацию и втянуть в орбиту похода в кино случайных мимо идущих граждан. «Некультурные» люди либо вовремя не заботились о билете и вообще не понимали, что это обязательно следует сделать, и удивлялись, что, придя прямо к сеансу, застали сакраментальную записочку на кассе «Все билеты проданы». Либо шли смотреть то, что не требовало усилий по доставанию билета, то есть проявляли неразборчивость и чрезмерную непритязательность в выборе фильма.

Фойе кинотеатров нередко было решено как пространство за стеклянными стенами, возможно, увешанными афишами и плакатами. Люди, которые уже вошли, а стало быть, имеют билеты и гарантированное право просмотра фильма, с улицы воспринимались с завистью. Они были уже там, на пороге кинозала. Как и стеклянные кафе, стеклянные фойе являли собой мечту о другой жизни, другом быте, о чем-то интересном и небудничном.

Само фойе обычно представляло собой не слишком уютное пустое пространство, иногда с редкими банкетками, пуфами или стульчиками. Иногда с вечными советскими пальмочками в кадках, семантику которых в свое время прекрасно разбирал В. Паперный. В кинотеатрах отсутствовал гардероб, зрители так и сидели в верхней одежде во все нелетние сезоны. Буфет продавал бутерброды, пирожные, булочки и неалкогольные напитки, как правило, холодные. Чай и кофе не были заведены почти нигде. Люди старших поколений помнят, что в некоторых московских кинотеатрах 1950-х годов бывал хороший черный кофе. И всегда бывало мороженое. Позже и то и другое стало встречаться все реже. Впрочем, никаких жалоб на плохой буфет в кино мы не припоминаем, потому что буфет интересовал мало. К тому же не всегда у простого советского человека имелись на него деньги. Как справедливо констатируют историки, «уровень жизни советских



Илл. 5–6. Интерьеры фойе и буфета кинотеатра «Ашхабад» в Москве

людей в брежневскую эпоху был невысок, в первую очередь, в силу низких зарплат и недостатка жилья» [16, с. 22].

Прежде всего фойе выполняло функцию приемника-накопителя зрительской массы, функцию терминала, преддверия кинозала. *Это была типичная советская транзитная зона из скучного в интересное, из пустого в чем-то заполненное и наполненное.* Зрение топчущихся в фойе зрителей могло быть сфокусировано в основном на больших и тяжелых двустворчатых деревянных дверях, ведущих в кинозал. В относительно новых, находящихся в специальных зданиях кинотеатрах две такие двери располагались по обе стороны фойе. В кинотеатре в более старом здании иногда имелась одна-единственная дверь в кинозал. Эти двери походили на ворота, ведущие в мечтаемое пространство. И все посматривали на них в ожидании, когда «будут пускать».

Звенел звонок, как в театре, и начинался запуск в кинозал. Иногда сначала открывались двери, а потом звенел звонок. С чего начнется всякий конкретный запуск в зал, оставалось не проясненным, так что надо было «слушать звонок» и одновременно не проморгать момент открывания дверей-ворот. Внешние маркеры старта запуска в кинозал имелись обязательно и производили иногда на людей очень сильное впечатление. *В зал торопились так, словно могут пустить не всех.* Срабатывала инстинктивная привычка не верить, во-первых, в то, что хорошего может хватать на всех, во-вторых, в то, что все и всегда происходит по правилам (вдруг двойные билеты, вдруг «что-то не так»).

Иногда, купив билеты в последнюю минуту на очень близкий ряд, мы наоборот не торопились в зал, а старались войти туда попозже, чтобы народ уже в основном позанимал свои места и можно было бы попытать счастья, наугад сев на чужие «хорошие», на дальних рядах расположенные пустые места. Сев, мы начинали нервно ждать, не придут ли подлинники владельцы билетов и не прогонять ли нас. В какой-то момент свет в зале начинал медленно гаснуть, и тогда мы внутренне молили его гаснуть побыстрее.

Перед фильмом давали так называемый киножурнал – небольшой документальный фильм, короткометражный фильм полезного социального содержания или, к примеру, выпуск «Ералаша». Демонстрировались документальные фильмы самых разных жанров – хроника

жизни какого-нибудь большого завода, колхоза, научной лаборатории, информация о наших спортивных достижениях, популярный рассказ о научных исследованиях и изобретениях и пр. В качестве социальной рекламы могли показать игровой сюжет о том, как опасно превышать скорость, как плохо неумеренно употреблять алкогольные напитки, как плохо опаздывать на работу и вообще все делать не вовремя и пр. После журнала в зале на некоторое время снова зажигался свет и впускали опоздавших.

Вскоре свет вновь начинал гаснуть и гас гораздо быстрее, чем перед киножурналом. Если до этого момента хозяева мест, на которые мы сели, не объявлялись, были все шансы остаться на хороших местах на весь фильм. Во всяком случае мы очень надеялись, что в темноте, даже если хозяева мест и войдут в зал, то сядут на любые свободные, так как поиски в темноте затруднены. Никаких горящих номеров ряда, никаких подсвеченных ступенек тогда не было. Никто из служащих не ходил по залу с фонариком и не помогал садиться тем, кто не успел найти свои места до воцарения темноты. Иногда опоздавшие медленно пробирались наощупь и спрашивали у зрителей крайних мест «Извините, это какой ряд?», «А у вас какое место? А у соседа?», «А там дальше уменьшаются или как?» Кто-то отвечал, кто-то возмущался, что мешают смотреть фильм.

Кинотеатр был хорошей возможностью посидеть в прохладе в жару (кондиционеров не было, а просто в зале температура летом всегда была ниже, чем на улице), в тепле зимой, в сухости – в дождливую погоду. И конечно, в кино шли влюбленные парочки. Но все-таки прежде всего кино было местом, где показывают то, чего не показывают больше нигде. По телевизору в те времена шло не так много художественных фильмов, как сейчас.

В большинстве кинотеатров имелся всего один, довольно большой зал. Экрану же предшествовала невысокая сцена. Нередко висел даже бархатный занавес, скрывавший экран и разъезжающийся в стороны, когда до начала демонстрации фильма оставалось несколько минут. Иногда уже раскрытый занавес раскрывался еще сильнее, тем самым показывая, что фильм будет «широкоэкраным», что по тем временам считалось особо зрелищным. В некоторых больших кинотеатрах, особенно в центре города, бывали большой зал и малый зал, как, например, в «России» (нынешний «Пушкинский»). В малом

зале могли идти мультфильмы, детские фильмы, научно-популярные картины. После сеанса в зале зажигался свет и зрители выходили в особые двери, часто оказываясь сразу на улице и жмурясь от яркого света, если все еще был день. Или же – выйдя из кинотеатра мы обнаруживали, что успело стемнеть.

В любом случае мы выходили на улицу, оказывались прямо под небом, а не в других помещениях большого здания, как нередко получается сейчас при походе в кинотеатр, расположенный в торговом центре или каком-либо публичном здании (например, в Центральном доме литераторов, ЦДЛ). Интерьер кинозала более напрямую сообщался с городским открытым пространством, и финал фильма совпадал с выходом из цивилизованного замкнутого пространства на открытый воздух, иногда в очень некомфортную погоду.

Подведем некоторые итоги. Как следует из всего сказанного, от уличного пространства и природного мира в городе кинозритель отделял довольно тонкий слой цивилизации кинотеатра, окутанный плотными слоями «гибридной» ауры – с мобилизационными и развлекающими свойствами, с переживанием многоступенчатого движения к дефицитному, престижному культурному продукту.

Поход в кино подразделялся на ряд ступеней – добывание информации о демонстрации фильма в кинотеатре, дорога к кинотеатру или от афиши к кассам, добывание билета, путь к площадке под козырьком, иногда фланирование по этой площадке перед главным входом, попадание в фойе, попадание в зрительный зал. Каждая из стадий отделялась от следующей во времени, требовала напряжения физических и душевных сил, была связана с преодолением пространства (на первых четырех стадиях – городского, улично-площадного, транспортного), с ожиданием и волнением. Было в этом нечто от обрядов инициации, испытания, инициативного выхода в пространство риска и чуда. Отдельные стадии похода в кино могли как бы прорасти сквозь другие повседневные дела и практики, сопровождалась общением, нередко конфликтным, а иногда наоборот – неожиданно дружественным, позволявшим почувствовать единение с незнакомыми людьми. *Иными словами, поход в кино имел значимость как социальная акция частного человека, выходящего в мир города, городских развлечений и, глав-*

ное, добывания права на доступ к этим развлечениям, являющим один из видов культурного дефицита. Все это было неотделимо от мобилизационной стихии, но уже не навязываемой официально, а складывающейся спонтанно, в процессе стремления масс населения к киноразвлечению как разновидности культурного досуга.

Оглядываясь на более ранние официальные замыслы по глобализации всенародного кинопросмотра, очевиден их провал или, по крайней мере, отмена, стихийно осуществленная в ходе советской истории. Паперный писал о проекте Государственного академического кинотеатра СССР Д.Н. Чечулина и К.К. Орлова (1936). Эта машина с колоннами и скульптурными композициями должна была явиться как бы «рифмой» Большому театру на площади Свердлова в центре Москвы. Кинотеатр был рассчитан сначала на 4000, а потом – 3000 мест, что много больше, нежели зал Большого театра. «На одного зрителя в проектах в среднем приходится примерно 55–60 куб. метров, что, как сообщает журнал, в 2–2,5 раза больше, чем на Западе. Достаточно взглянуть на проект интерьера... чтобы увидеть: прогулки зрителя по фойе в ожидании начала сеанса кажутся авторам ничуть не менее ярким зрелищем, чем происходящее на экране – им отведено больше места, им уделено больше архитектурного внимания, чем зрительному залу» [9, с. 210].

Кинопросмотр расценивался как очередной повод для всенародного смотра, для демонстрации самим себе своей тотальной коллективности. «Чтобы всем все было видно, предусмотрена система из четырех экранов и сложное устройство абсолютной синхронизации всех четырех изображений. Мало того, специальная система телеэкранов должна была транслировать все, что происходит в Большом зале – его «напоенный светом купол, его амфитеатр, полный народа, его необычный президиум в полтора человека» – на площадь Дворца Советов (Атаров, стр. 120)» [9, с. 211]. Для подобного рода проектов, как очевидно, архитектура важнее кино, а в архитектуре важнее всего те зрелищные эффекты, которые она может создать с помощью подчиненной экранной среды. Все это и слишком современно и даже излишне модернизировано – идеологическая сфера здесь удивительно «экранизируется», мультиэкранность заявляет о себе очень смело. И в то же время – антиутопично.

История культуры выбрала во всех отношениях другой путь. Экономика не позволила реализовать столь размахистые затраты на организацию пространства для кинопоказа. И в результате кино стало идти в более или менее скучных коробках, в чем-то аналогичных складам и ангарам, в лучшем случае – стеклянным кафе. Даже заявленного в конце 1940-х годов строительства трехзальных кинотеатров [3, с. 113], по всей видимости, не произошло, во всяком случае нам не довелось ни разу в советских годы побывать в таких кинотеатрах. Кинотеатр, имевший два кинозала, большой и малый, уже считались нерядовыми. Официальная экономика кино середины 1970-х свидетельствовала об успехах в развитии сети кинотеатров: «Большую роль в развитии киносети играет строительство кинотеатров и клубов за счет ссуд Госбанка СССР. Эти ссуды предоставляются под гарантию местных исполкомов и подлежат возврату в течение ряда лет (в зависимости от вместимости и режимов работы вводимых в эксплуатацию кинотеатров) из сумм валового сбора киносети и прокатной палаты. Таким путем в последние годы были построены сотни новых, оснащенных современной техникой кинотеатров и клубов, что позволило значительно улучшить условия и качество кинообслуживания городского и сельского населения» [2, с. 219–220].

Однако интерьеры кинотеатров были некрасивыми, неудобными, без каких-либо элементов дизайна. Иногда посреди стены фойе торчал какой-нибудь орнамент, какая-нибудь мозаика, самые странные и довольно неудачные абстрактные формы из непонятных материалов. Они не могли порадовать глаз. Но и присутствия в фойе советской идеологии в виде транспарантов, плакатов, идеологических картин, панно, мозаик и прочего – тоже не вспоминается. Это принципиально отличает позднесоветское кинофойе от раннесоветского пространства перед кинозалом, фотография которого приводится, в частности, в книге Б. Филиппова: зал с ковром на полу и роялем у стены и портретом Ленина на стене; у другой стены – бюст Вождя, окруженный цветами как клумбой; лепнина, стеклянная или хрустальная люстра, возле рояля – большой диван у стены, стол, кресло и диван для двоих. В таком пространстве очевидно желание встроить идеологические символы в пространство классической традиции, в стилистику «дворца для всех» [14, с. 11].

В конце же советского периода официального идеологического дискурса как бы не хватало на территорию кинопоказа. Фойе кинотеатра по сути обнажало реальную содержательную пустоту позднесоветского публичного пространства – когда прежний пыл в его идеологической проработке уже иссяк, а новой концепции заполнения не сформировалось. Тем самым невольно подчеркивался тот факт, что вся содержательность не здесь, не по эту сторону экрана, а там, в глубине кадра, в экранной реальности образов. Здесь же можно лишь дожидаться подключения к экранному бытию, больше воспринимать особо нечего.

За нулевой степенью дизайна фойе брезжила нулевая степень идеологического послания потенциальной аудитории кинотеатра. О чем с нею говорить от имени официальной культуры, идеология как будто не придумала. Сам же кинопросмотр оставался активно публичным, это был просмотр в толпе, но нейтральной, идеологически не активной, никак себя не позиционирующей в контексте общественного бытия. Здесь начиналась приватная жизнь советского человека на территории публичного досуга. И это оказывалось связано с относительной свободой и отключением от официального идеологического дискурса.

Список литературы:

- 1 *Вартанов А.С.* Власть, художник, фильм // Кино в меняющемся мире. Сб. ст. В двух частях. Часть первая. М.: Издательские решения на платформе Ридеро, 2016. – 229 с. С. 9–49. URL: http://sias.ru/upload/iblock/d0c/avtorov_k_kino_v_menyayushemsya_mire_1.pdf (дата обращения 12.02.2019)
- 2 *Горюнова Г. Н., Чернов В.Г.* Экономика кинематографии. М.: Искусство, 1975. – 359 с.
- 3 *Калистратов Ю.* Экономика и организация киносети. М.: Госкиноиздат, 1948. – 182 с.
- 4 Комплексное исследование кинопроцесса. Л.: ЛГИТМиК, 1989. – 130 с.
- 5 *Косинова М.И.* Дистрибуция и кинопоказ в России: история и современность. Рязань. Рязанская областная типография, 2008. – 680 с.
- 6 *Лебина Н. Б., Чистиков А.Н.* Обыватель и реформы. Картины повседневной жизни горожан. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003. – 339 с.
- 7 Отечественное кино: стратегия выживания. М.: НИИ киноискусства, 1991. – 154 с.
- 8 *Оясмаа П.А.* Торговая реклама в кино и на телевидении. М.: Экономика, 1975. – 71 с.
- 9 *Паперный В.В.* Культура «Два». Ardis, Ann Arbor, 1985. – 338 с.
- 10 *Садуль Ж.* Всеобщая история кино в 7-ми томах. Том 1. М.: Искусство, 1958. – 610 с.
- 11 *Сальникова Е.В.* Около кино: современный кинотеатр как территория вопросов // Наука телевидения и экранных искусств. – 2017. – № 13. С. 126–146.
- 12 *Сальникова Е.В.* Большие экранные формы в отечественной повседневности. От позднего советского периода до наших дней // Большой формат: экранная культура в эпоху трансмедийности. Коллективная монография. В трех частях. Часть первая. М.: Издательские решения на платформе Ридеро, 2018. – 403 с. С. 279–348. URL: http://sias.ru/publications/books/?ELEMENT_ID=5808 (дата обращения 21.01.2019)
- 13 Советская социальная политика: сцены и действующие лица, 1940–1985. Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2008. – 376 с.
- 14 *Филлипов Б.* Кино в рабочем клубе. М., Л.: Кинопечать, 1926. – 104 с.
- 15 *Шагури Н.Я.* Безбожное кино в деревне. Методика и практика антирелигиозной пропаганды через кино. М.: Теакинопечать, 1930. – 80 с.
- 16 *Ярская-Смирнова Е. Р., П.В. Романов.* Советская социальная политика и повседневность, 1940–1985 // Советская социальная политика: сцены и действующие лица, 1940–1985. Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2008. – 373 с. С. 7–32.
- 17 *Gomery Douglas.* Shared Pleasures. A History of Movie Presentation in the United States. Madison, Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press, 1992. – 381 p.
- 18 *Rothenthaler E. W., Coman M., eds.* Media Anthropology. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 2005. – 372 p.

References:

- 1 *Vartanov A.S.* Vlast', hudozhnik, fil'm [Power, artist, film]. Kino v menyayushchemsya mire. Sb. st. V dvuh chastyah. Chast' pervaya [Cinema in a Changing World. Collected in two volumes. Vol. 1]. Moscow, Izdatel'skie resheniya na platforme Ridero Publ., 2016. – 229 p. Pp. 9–49.

- URL: http://sias.ru/upload/iblock/d0c/avtorov_k_kino_v_menyayushemsya_mire_1.pdf (12.02.2019). (In Russ.)
- 2 *Goryunova G.N., Chernov V.G.* Ekonomika kinematografii [The economics of cinematography]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1975. – 359 p. (In Russ.)
 - 3 *Kalistratov Yu.* Ekonomika i organizaciya kinoseti [Economics and the organization of the cinema network]. Moscow, Goskinoizdat Publ., 1948. – 182 p. (In Russ.)
 - 4 Kompleksnoe issledovanie kinoprotsessa [Comprehensive study of the film process]. Leningrad, LGITMiK Publ., 1989. – 130 p. (In Russ.)
 - 5 *Kosinova M.I.* Distribuciya i kinopokaz v Rossii: istoriya i sovremennost' [Distribution and film screening in Russia: history and modernity]. Ryazan, Ryazanskaya oblastnaya tipografiya Publ., 2003. – 680 p. (In Russ.)
 - 6 *Lebina N.B., Chistikov A.N.* Obyvateľ i reformy. Kartiny povsednejnoy zhizni gorozhan [Everyman and reform. Pictures of everyday life of citizens]. St. Petersburg, Dmitriy Bulanin Publ., 2008. – 339 p. (In Russ.)
 - 7 Otechestvennoe kino: strategiya vyzhivaniya [Domestic cinema: survival strategy]. Moscow, NII kinoiskusstva Publ., 1991. – 154 p. (In Russ.)
 - 8 *Oyasmaa P.A.* Torgovaya reklama v kino i na televidenii [Trade advertising in film and television]. Moscow, Ekonomika Publ., 1975. – 71 p. (In Russ.)
 - 9 *Papernyy V.V.* Kul'tura «Dva» [A Culture "Two"]. Ardis, Ann Arbor, 1985. – 410 p. (In Russ.)
 - 10 *Sadul' Zh.* Vseobshchaya istoriya kino v 7-mi tomah. Tom 1 [The general history of cinema in 7 volumes. Vol. 1]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1958. – 610 p. (In Russ.)
 - 11 *Salnikova E.V.* Okolo kino: sovremennyy kinoteatr kak territoriya voprosov [About cinema: a modern cinema as a territory of issues Science of television and screen arts]. Nauka televideniya i ekrannyh iskusstv, 2017, no. 13. Pp. 126–146. (In Russ.)
 - 12 *Salnikova E.V.* Bol'shie ekrannye formy v otechestvennoy povsednevnoy zhizni. Ot pozdnego sovetskogo perioda do nashih dnei [Grand screen narratives in domestic everyday life. From the late Soviet period to the present day]. Bol'shoj format: ekrannaya kul'tura v epohu transmedijnosti. Kollektivnaya monografiya. V trekh chastyah. Chast' pervaya [Grand narrative: screen culture in the transmedia's era. Collective monograph. In three volumes. Vol. 1]. Moscow, Izdatel'skie resheniya na platforme Ridero Publ., 2018. – 403 p. Pp. 279–348. URL: http://sias.ru/publications/books/?ELEMENT_ID=5808 (21.01.2019) (In Russ.)
 - 13 Sovetskaya social'naya politika: sceny i dejstvuyushchie lica, 1940–1985 [Soviet social policy: scenes and characters, 1940–1985]. Ed. by E.R. Yarskoj-Smirnoj, P.V. Romanova. Moscow, ООО "Variant" Publ., CSPGI Publ., 2008. – 376 p. (In Russ.)
 - 14 *Filippov B.* Kino v rabochem klube [Cinema in a working club]. Moscow, Leningrad, Kinopechat' Publ., 1926. – 104 p. (In Russ.)
 - 15 *Shagurin N.Ya.* Bezbozhnoe kino v derevne. Metodika i praktika antireligioznoj propagandy cherez kino [Godless movie in the village. Methodology and practice of anti-religious propaganda through the cinema]. Moscow, Teakinopechat' Publ., 1930. – 80 p. (In Russ.)
 - 16 *Yarskaya-Smirnova E.R., P.V. Romanov.* Sovetskaya social'naya politika i povsednevnoy zhizni, 1940–1985 [Soviet social policy and everyday life, 1940–1985]. Sovetskaya social'naya politika: sceny i dejstvuyushchie lica, 1940–1985 [Soviet social policy: scenes and characters, 1940–1985]. Ed. by E.R. Yarskoj-Smirnoj, P.V. Romanova. Moscow, ООО "Variant" Publ., CSPGI Publ., 2008. – 373 p. Pp. 7–32. (In Russ.)
 - 17 *Gomery Douglas.* Shared Pleasures. A History of Movie Presentation in the United States. Madison, Wisconsin, London: The University of Wisconsin Press, 1992.
 - 18 *Rothenthaler E. W., Coman M., eds.* Media Anthropology. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 2005.