

Майя ТУРОВСКАЯ

Предисловие к «Предисловию»

Когда-то давным-давно, в 1988 году, Саша Трошин, на волне «перестройки» приступая к изданию «Киноведческих записок», обратился ко мне за статьей для первого номера, написанной в рамках конференции о «массовом кино» аж в 1974 г. (она и будет анонсирована, как «снятая с полки»). Меж тем статья, провалявшаяся на пресловутой «полке» 14 лет, не заключала никакой крамолы и носила вполне невинное название: «И.А.Пырьев и его музыкальные комедии. К проблеме жанра». Однако ни тогдашние «левые», ни «правые» не были готовы ее опубликовать. Как раз оттого, что она не была «идеологической». Это был опыт анализа—по Проппу—жанра киносказки, остро востребованный как раз тем «массовым», особенно сельским, зрителем, которого так яростно от нее защищали специалисты и прогрессисты. Неразличение жизни и экрана было побочным детищем «соцреализма», пережившим своего незадачливого родителя. «Фольклорный» тип восприятия, обеспечивающий вечность «Милорда глупого» и иже с ним, не был сформулирован и не умещался в просветительском сознании элиты. Позже, без дискуссий и перехода, без ссылок и вопросов о пырьевском лубке стали писать «как известно»...

Нынче жанр сказки—в любой ее ипостаси—завладел мировым экраном и заслуживал бы специального внимания. Но это а гророс.

Я вспомнила об этом эпизоде, потому что опус, который я предлагаю вниманию читателей «Киноведческих записок», есть остаток от проекта, продолжившего исследование «массового фильма» другими методами. Он был написан в 1991 году и тем самым провалялся на полке без малого 20 лет. Но, думаю, не потерял интереса.

Пренебрежение элиты ко всему «массовому» и «кассовому» повсеместно и неотменимо. Но культура, существующая в условиях рынка, не может оставить их без внимания. В *box office*, как к нему ни относиться, не может не вызвать почтения. Поэтому в Америке параметры популярности изучают, описывают, им предлагают обучиться. У нас массовый успех всегда был не только жупелом, но и уравнением со многими неизвестными. Мне захотелось свернуть с привычной киноведческой колеи, какие бы способы интерпретаций она ни предлагала, и попытаться взглянуть на предпочтения нашей, советской, публики незамыленным, объективным взглядом. Так—в ту же пору «перестройки»—Институт киноискусства разрешил работу над проектом о массовом спросе, фрагмент которого и представляет настоящая статья.

Результаты нашего исследования носили сугубо статистический и референтный характер: данные проката и справки о контексте, в котором функционировало кино. Разумеется, для начала работы нам пришлось использовать достаточно грубую схему «синхронистических таблиц», которым меня учили еще в школе, на уроках истории. При этом лексическое оформление указов, постановлений и проч. мне кажется таким же слепком времени, как и сам экран. Кино, как и любое проявление культуры, нельзя ведь понять вне окружающей его реальности.

Девятый вал пере–перелицовок недавнего и давнего прошлого, который сейчас бросается в глаза и приводит к аномии и головокружению, происходит от резкой смены контекста.

Впрочем, проект описан в предлагаемой статье. Она и была написана как итог общей работы и как предисловие к публикации полученных нами результатов в виде ежегодных таблиц и кратких комментариев к ним.

Дальнейшая судьба составленного нашей группой формализованного описания способов функционирования советского кино и вкусов его аудитории оказалась печальна. Но уже не по вине советской власти, на которую можно было списать протори и убытки, а—на сей раз—по моей собственной вине.

На заре «лихих девяностых», если кто помнит, все было в таком хаосе, что рассчитывать на издание нашей «скучной» и, во всяком случае, нетривиальной работы было трудно. Еще не сложились те структуры, которые могли бы ею заинтересоваться. Меж тем для западных исследователей такая *terra incognita*, как *box office* советских фильмов, была заведомо интересна. В те годы я имела слабость поддаться на предложение английского издательства «Rothledge», известного тем, что платит мизер, зато здорово издает книги по кино—в лице Ричарда Тейлора, специалиста по советскому фильму. Было понятно, что в переводе кое-что потеряется—например, неповторимый «канцелярит» советского бюрократического жанра. Зато материал упорядочится, унифицируется и, главное, сразу станет достоянием мировой истории кино. Договор был заключен, текст отредактирован Е. Хохловой и отослан в Англию и вроде уже переведен. Как вдруг... Согласно преданию, книжка погибла, ставши жертвой печально знаменитого вируса «I love you».

Меня в Москве уже не было, и вернуться к этой пропавшей без вести работе ни возможностей, ни сил у меня не было. *Mea culpa*. Мир ее праху. Может быть, сейчас, когда открылось много прежде недоступных архивных материалов, кто-нибудь захочет возродить наш опыт.

Впоследствии Л. Аркус со своей командой применили нашу методику в гораздо более развернутой форме для фундаментального и подробного описания кинематографа 90-х. Это поистине монументальный труд.

* * *

То, что я предлагаю читателю «Киноведческих записок»—«обломок империи», уцелевшее у меня введение в утраченную работу, которое описывает методики и в первом приближении суммирует полученные нами результаты. Они, мне кажется, бросают свет на малоизученные стороны советского кино, опыт которого заслуживает не только интерпретаций, но и всестороннего объективного анализа.

КИНОПРОЦЕСС: 1917–1985

Предисловие

І. Проект

Данная работа является первой половиной более масштабного проекта, имеющего своей целью изучение кинопредпочтений советского зрителя, а также—на этой основе—его ментальности. Проект был впервые предложен автором в середине 70-х—в самый «застой застоя», но именно поэтому не нашел поддержки у руководства института. Объективные данные исследования могли разойтись (и расходятся) с официальной концепцией «партийности и народности» киноискусства. Поэтому очень много времени было потеряно. К тому же реализация проекта местами уперлась в традиционную секретность и, следовательно, в скудость статистических данных. Но это было уже потом. Первоначально казалось, что получение статистики—дело несложное.

Настоящая часть работы была осуществлена группой исследователей Всесоюзного научно-исследовательского института киноискусства (ВНИИК) в составе В. Листова (1917–1925 гг.), Е. Хохловой (1926–1939 гг.), Л. Шмариной (1940–1949 гг.), И. Петрова (1950–1959 гг.), Л. Васильевой (1960–1986 гг.) под руководством автора проекта М. Туровской. Исследователи разных десятилетий, при видимом сходстве задачи, находились в неравных условиях. Дело в том, что регулярный статистический учет начался с 1944 года. Сколько-нибудь систематические данные по предыдущим годам либо требовали больших архивных изысканий (в значительной степени так и остались не разысканы), либо—что касается, например, первых пореволюционных лет или первых лет войны,—по-видимому, вообще отсутствуют. В силу этого в разные десятилетия и годы нам приходилось пользоваться неодинаковыми методиками для выявления зрительских предпочтений. Но поскольку для целей нашего исследования более существенны соотношения, нежели самое данные, то в некотором—ограниченном—смысле нам удалось восполнить недостающую статистику косвенными данными.

Разумеется, работу эту никак нельзя считать окончательной, и, может статься, недостающие статистические данные, хотя бы частично, будут обнаружены в архивах.

В тех случаях, когда статистики не было вовсе, мы воспользовались публикациями в прессе, подсчитывая, вместо количества зрителей, число экрано-дней. Разумеется, это очень косвенный показатель, все же он дает возможность—хотя бы в первом приближении, хотя бы на столичных экранах—соотнести уровень популярности фильмов. И хотя это дает весьма приблизительную картину, но для наших целей она все же может быть использована. В некоторых случаях мы имели данные только о тираже фильмов (1941–1943 гг.).

Соответственно и нагрузка для участников работы была неравномерной. В одних случаях это был учет уже имеющихся данных, в других—в особенности это относится к 20–30-м годам—огромный объем архивных разысканий со сравнительно небольшим внешним выходом. Тем более драгоценны эти, казавшиеся полностью утраченными, сведения. Они проливают свет на вовсе не известную область истории советского кино.

Для всего исследования в целом мы приняли единообразную структуру: годовые таблицы, включающие статистические данные по прокату фильмов, и сопровождающие их синхронистические таблицы, условно разбитые на четыре рубрики: политический контекст, социальный, культурный и собственно-кинематографический. Таким образом, история зрительских предпочтений рассматривается нами на фоне «большой истории». Подобная методика применена нами для истории советского кино впервые.

Для периода 1917–1925 гг. и для некоторых других годов этот порядок пришлось нарушить и указывать только имеющиеся у нас данные: количество экрано-дней или количество копий и проч.

Типологическая таблица, которую мы предлагаем вниманию исследователей, включает в себя три основных параметра, позволяющих выявить «фильмы-чемпионы» зрительского спроса: сбор за 11 месяцев со дня выпуска картины в прокат (принятая в СССР форма учета), количество копий и—очень важный для нашей темы параметр—оборот на копию. В условиях госмонополии проката это позволяет дифференцировать, с одной стороны, государственное предложение, во многом, но далеко не во всем определяющее зрительские предпочтения; с другой стороны, то, что мы назвали «приватным» спросом,—к этому мы еще вернемся.

При этом надо оговорить одно общее ограничение. Мы рассматриваем только предпочтения городского зрителя. Что до зрителя сельского, то на эту тему не только не существует никакой статистики, но, на самом деле, сельский зритель до сего дня (т.е. до прихода телевидения) практически вообще не имел никакой возможности и никакого навыка выбора. Сельские механики показывают то немногое, что до них доходит. Миграция гораздо интенсивнее шла в обратном направлении: не столько кино приходило на село, сколько деревня на протяжении всего этого времени уходила в город, и зритель из сельского становился частью городского. В основном это касается молодежи, которая в основном же и смотрит кино. Охват деревни зрелищем случился уже с появлением телевидения: но это другая тема.

Кино вообще—плод городской культуры, телевидение же, по выражению М.Маглюэна, превратило весь мир в одну большую деревню.

Разумеется, мы принимаем в расчет только новые картины, в то время как прокат новых фильмов происходит на фоне постоянного возобновления прокатного фонда фильмов прежних лет. В некоторые годы и даже десятилетия старые фильмы количественно составляли основной прокатный фонд, и зрители, например, 50-х, и 60-х, и даже 70-х годов воспитывались в значительной степени на фильмах 30–40-х годов. С другой стороны, в силу технической невооруженности, в начале звукового периода до 99% киноустановок оставалось немыми, и фильмы приходилось выпускать в немом варианте или делать немые картины (классический пример «Пышка» М.Ромма). То же самое повторилось потом с широкоэкранными и цветными копиями. Поэтому мы предпослали каждому году очень краткое резюме прокатной ситуации и каждому десятиетию—краткий его обзор. Хотя все участники исследования, по мере возможности, придерживались единых методик, все же им была предоставлена возможность освещать выбранный период по-своему. Поэтому даже в таком, сугубо статистическом, исследовании авторские подходы не всегда совпадают и остаются достаточно индивидуализированными.

Таковы самые общие принципы, на которых была основана данная работа.

II. «Другой вкус»

Проект был задуман автором в то время, когда ножницы между официозом (оплаченным госзаказом), зрительскими предпочтениями (фильмами массового успеха) и фаворитами критики стали всеобщим достоянием кино. С одной стороны, вкладывались деньги и тиражировались фильмы, заведомо обреченные на неуспех (типа «Красных колоколов» С.Бондарчука), с другой стороны, оставались в мизере лучшие фильмы, гордость советского кино—такие, как «Пастораль» О.Иоселиани, «Грузинская хроника XIX века» А.Рехвиашвили, «Мой друг Иван Лапшин» А.Германа, «Гнездо на ветру» О.Неуланда,—авторское кино. Оно практически не имело статистический представительного зрителя. И, наконец, с третьей стороны, под сенью «приписок» сборов от одних картин другим, расцветал пышным цветом «дурной вкус» публики, предпочитавшей даже не американское, а индийское и арабское кино. Именно в этих условиях необъявленной войны всех со всеми показалось необходимым взглянуть на проблему зрительских предпочтений не в привычном освещении критических баталий о «положительном герое» или об «элитарном» и «массовом», а исследовать ее с научной точки зрения.

Надо сознаться, что в качестве действующего критика автор прошел все положенные стадии войны с «дурным вкусом»: писал «просветительские» статьи, пытаясь спасти зрителей от безвкусицы, объясняя «сложные» фильмы, был сторонником авторского, «элитарного» кинематографа, написал даже первую в мире книгу о Тарковском (1978). Но одновременно с этим, а может быть, именно поэтому я пришла к мысли о необходимости другого, не только традиционно критического, но и объективного исследо-

вания кинематографа как структуры, определяемой совокупностью контекстов, с одной стороны, и выражающей ментальность нации, с другой. Первую попытку подобного рода исследования я нашла у З.Кракауэра («От Калигари до Гитлера»), правда, под очень определенным, и даже предвзятым, углом зрения.

Разрабатывая методику подобного исследования, автор предложил концепцию замены общепринятого в критике термина «дурной вкус» термином «другой вкус», не сводящимся к эстетической точке зрения, свободным от оценки и предлагающим попытку исследовать корни и параметры этого массового вкуса на основании фильмов-чемпионов кассы в пространстве советской истории. Основным этапом этого исследования должен был стать «опрос» фильмов-боевиков.

Сам процесс выявления этих фильмов казался тогда только техническое операцией.

Однако же первый этап оказался и достаточно сложным, и в то же время гораздо более содержательным, чем это представлялось вначале. Оказалось, что он включает в себя не только зрительские предпочтения, но и проблемы организации проката, государственную политику; дает возможность сравнить полурыночную структуру предложения и спроса времен НЭПа и госмонополистическую стратегию 30–50-х годов, а затем постепенное освобождение кино и как искусства, и как зрелища еще в рамках государственной, антирыночной структуры, но уже на пороге перехода к рынку.

Все это вместе оказалось настолько важным, что составило совершенно самостоятельное исследование, без учета которого—на наш взгляд—нельзя приступить к созданию новой истории советского кино. Это исследование мы и предлагаем читателю.

Согласно сегодняшним представлениям автора проекта, самый массовый спрос является в то же время «приватным» спросом, который позволяет зрителю в определенной степени эмансипироваться от государственного предложения и осуществить свои личные социальные ожидания, как-то: отдых, развлечение, эротические интересы, воспитание чувств, эскапизм и проч. При этом, оказывается, что фильмы самого массового спроса, в отличие от «авторских», отвечают часто критериям не столько искусства, сколько фольклора, которые искусству во многом противоположны: искусство стремится к новизне, фольклор основан на архетипе и укоренен в древних культурных кодах. В этом смысле кино без всякой метафоры может быть названо фольклором большого города, а «другой вкус» перестает быть «дурным», тем более в ситуации постмодерна.

III. «Черный ящик»

Первоначальная гипотеза, которая представлялась автору наиболее вероятной при начале работы, в отличие от взглядов, например, Франкфуртской школы (Адорно) на массовую культуру как на способ тотального манипулирования сознанием, состояла в том, что «другой вкус» есть величина более или менее постоянная, инертная, не зависящая от социальных и политических структур и опирающаяся на национальные традиции массовой низовой культуры всегда—в том или ином виде—продолжающей бытовать

даже в экстремальных условиях политических (революция) и социальных переворотов (например, урбанизация).

Сбор статистических данных, не зависимых от установки исследователя, был тем «черным ящиком», в котором гипотеза должна была получить проверку. Автор проекта сознательно стремился выйти за рамки традиционной для искусствознания вкусовой, эстетической оценки в поле объективного научного исследования.

Полученные на выходе из «черного ящика» результаты внесли существенные коррективы в первоначальную «чистую» гипотезу. Выводы западных социологических исследований 50–60-х (не забудем, что в их анамнезе был опыт фашизма) о массовой культуре как орудии манипулирования, имели под собой определенную почву. Уникальная практика советского кино, опирающаяся на госмонополистическую структуру производства и проката, на культурную автаркию, на отсутствие демократических традиций в общественном сознании, в условиях технической отсталости и неповоротливости дает возможность не только констатировать манипулирование массовым сознанием, но и обнаружить его реальные механизмы на уровне производства и проката. Это бесплатная «классовая» культура, корректирующая экономические формы культурного обслуживания; резкое увеличение тиражей, времени демонстрации фильма и посадочных мест за счет такого же резкого снижения выбора названий—т.е. максимальный охват зрителя фильмами-идеологемами; это «железный занавес», практически выключивший советского зрителя на два с половиной десятилетия из мирового кинопроцесса; это господство дидактической, пропагандистской установки в производстве фильмов при постоянной их селекции в прокате (многие зигзаги тиражей, повторного выпуска, равно как и снятия картин с проката легко могут быть объяснены в свете текущего политического и социального контекста). Начиная с 30-х и почти до 60-х годов советский зритель мог выбирать лишь в рамках жесткого, волевого «государственного предложения» (исключение составляют 1947–1949 годы, но об этом ниже). Таким образом, уровень принудительного манипулирования в советских условиях далеко превосходил любую другую организационную модель функционирования культуры, включая нацистское кино, которое практически было монополизировано лишь к 1944 году.

Опыт 30-х—даже в том неполном виде, в котором мы могли его выявить—показывает на уровне цифр, а не рассуждений, что манипулирование сознанием—вполне реальная сила и в некоторые исторические моменты возможно достижение (хотя бы номинальное) того, что принято было называть «морально-политическим единством».

И, однако, при всех этих существенных коррективах, первоначальная гипотеза оказалась гораздо живучее, чем это можно было бы предположить, исходя из «предлагаемых обстоятельств» реального функционирования «самого массового из искусств» в советской системе. Даже в этих условиях самый несвободный в мире советский зритель умудрялся не только сохранить, но и—на статистическом уровне—проявить свой «другой вкус» (речь, разумеется, идет о массовом, «низовом» вкусе, а не о флуктуациях индивидуального «высокого» вкуса, который в наших таблицах не отража-

ется: для этого нужны другие методики). Уловить эту форму эскапизма от официального предложения позволяет показатель «оборота на копию», который иногда—даже в самые «идеологические» периоды—разительно не совпадает с высокими показателями сборов, определяемых количеством копий. Ниже мы рассмотрим динамику госпредложения/приватного спроса от десятилетия к десятилетию. Сейчас отметим только феномен сверхъярких «звездных» всплесков, которые дают «оборот на копию», сбивающий все триумфы фильмов-идеологем. Это «Большой вальс», в 1940 году давший 56,7 млн. зрителей на копию при относительно большом тираже (453 копии); для сравнения: отечественная «Музыкальная история» в том же году дала 20,9 млн. (это средняя цифра оборота копий). А также абсолютный чемпион 40-х годов «Девушка моей мечты» (1947*) с Мариной Рёкк—103,9 млн. на копию—цифра, к которой не приблизился ни один фильм (для сравнения: оборот чемпиона кассы «Подвиг разведчика»—20,4), а Марина Рёкк так и осталась метой в памяти военного поколения. Такая же—непрогнозируемая—«звездная» вспышка—211 млн. на копию единственного в нашем прокате фильма с Мэрилин Монро «Some like it hot» (русское название «В джазе только девушки», 1966), а в 1961 г. 252 млн.—арабского фильма «Неизвестная женщина» при среднем обороте 25–30 млн. Это говорит об острейшем дефиците эротического женского имиджа в советской кинематографии, как и о точном выборе «звезд» (ведь у нас их никто не рекламировал!) в коммерческом кино.

Эти и подобные «оговорки» советской статистики позволяют предположить, что в основе своей массовый «другой вкус» все же сохраняет свои стабильные доминанты, сколько бы ни манипулировали им идеологи. Так что, внося необходимые коррективы, автор, на следующем витке, все же возвращается к своей первоначальной гипотезе о неизменных и, по-видимому, существенных потребностях массового вкуса.

IV. Три «контекста»

Прежде чем перейти к краткому обзору динамики массового спроса по десятилетиям, остановимся еще на одном аспекте нашего исследования—соотношении таблиц и контекста. Возьмем для примера роковой 1937 год. Именно конец 30-х дает максимальную идеологизацию государственного предложения (кино становится средством пропаганды), равно как и максимальное сближение государственного предложения и личного спроса.

1937 год—«Ленин в Октябре». 1938—«Александр Невский». 1939—«Ленин в 1918 году». Все три фильма—вне зависимости от намерений их авторов—можно считать фильмами-идеологемами, отвечающими политическим потребностям момента (большой террор, приближающаяся война с Германией). Разумеется, государственное предложение нашло свое выражение в резко повысившихся за истекшие 10 лет тиражах копий (для сравнения: первоначальный тираж «Броненосца “Потемкин”»—42 копии, «Александра Невского»—921 копия). Но не менее существенной мож-

* В большинстве случаев в тексте указывается год выхода фильма в советский прокат. (Прим. ред.)

но считать дестабилизацию общественного сознания, достигшую максимума к концу 30-х и началу войны.

Если прежде фильмы-лидеры истории кино принято было рассматривать на фоне непрерывных достижений советской власти, то сейчас наметилась обратная тенденция: рассматривать их в контексте злодеяний сталинской диктатуры. То и другое по отдельности не дает представления о реальном бытовании кино в хронотопе реальной истории. Хотя система контекстов лишь очень приблизительная схема этого хронотопа, все же она предлагает суммарное представление о неоднозначности его в массовом сознании. Вот вкратце некоторые выдержки из исторического контекста:

Политический контекст

Январь, 2. Итало-германская интервенция в Испании. Бои на Мадридском фронте.

Январь, 9. Нота посла Великобритании Литвинову по вопросу о заключении соглашения о запрете выезда добровольцев в Испанию.

Январь. Советско-литовское хозяйственное соглашение на 1937 год.

Февраль, 21. Введено в действие соглашение о запрещении отправки добровольцев в Испанию.

Май. Уничтожение Герники.

Август. Советско-американское торговое соглашение.

Сентябрь, 6. Нота протеста советского правительства правительству Италии по поводу затопления теплохода «Тимирязев» итальянскими фашистами.

Октябрь, 1. Решение Лиги наций по испанскому вопросу.

Октябрь, 3. Приезд в Москву испанских детей.

Социальный контекст

Февраль, 2. Начало Всесоюзной переписи населения.

Январь, 9. Решение Совнаркома о строительстве 3-й очереди метро в Москве.

Январь, 11. Открытие III сессии ЦИК: финансовая программа на 1937 год.

Январь, 21. Утверждена Конституция РСФСР.

Январь, 23. Начало процесса «антисоветского троцкистского центра».

Январь, 24. Передовая в «Правде» «Изменники Родины, лакеи фашизма, подлые реставраторы капитализма (о троцкистской банде)».

Январь, 27. Постановление ЦИК о присвоении звания генерального комиссара Госбезопасности Ежову.

Январь, 30. Приговор по делу троцкистского центра («Приговор миллионов»).

Февраль, 2. Постановление ЦИК и СНК о повышении пенсий инвалидам.

Февраль, 3. Постановление СНК о Госплане весеннего сева и о летних посадках картофеля по методу академика Лысенко.

Февраль, 4. Передовая в «Правде» «Крепнуть советской государственности».

Февраль, 18. Смерть С.Орджоникидзе.
Март, 6. Исключение Бухарина и Рыкова из партии.
Март, 21. Открытие второй очереди Арбатского радиуса метро в Москве.
Постановление об освобождении сельсоветов от взимания денежных налогов госстрахования.
Март, 26. Постановление Президиума ВЦСПС «Об отмене ограничения пособий по беременности и родам женщин-служащих».
Март, 29. Опубликован доклад Сталина «О недостатках партийной работы и мерах ликвидации троцкистских и иных двурушников».
Апрель, 3. Постановление о передаче дела о Ягоде в следственные органы.
Апрель, 22. Поездка Сталина на канал Москва-Волга.
Апрель, 28. Постановление СНК о снижении розничных цен на товары широкого потребления.
Май, 15. Постановление СНК и ЦК ВКП(б) об освобождении от уплаты денежных налогов и сборов колхозников и единоличников, нетрудоспособных в виду преклонного возраста.
Май, 21. Высадка экспедиции Папанина на Северном полюсе.
Июнь, 11. Верховный суд по делу о восьми шпионах Красной Армии (Тухачевский, Якир, Уборевич и др.).
Июнь, 12. Приказ Ворошилова о приведении приговора в исполнение (смертная казнь).
Июнь, 14. Постановление об открытии Всесоюзной сельскохозяйственной выставки в Москве.
Июнь, 18. Старт беспосадочного перелета Чкалова, Байдукова, Белякова через Северный Полюс в Америку.
Июнь, 25. Возвращение в Москву экспедиции Папанина.
Июнь, 27. Постановление о присвоении звания Героя Советского Союза командирам РКК.
Июль, 12. Перелет экипажа Громова в Америку. Физкультурный парад в Москве.
Июль, 15. Открытие канала Москва-Волга.
Июль, 26. Возвращение экипажа Чкалова в Москву. Отъезд Художественного театра в Париж.
Октябрь, 17. Постановление ЦИК «Об улучшении жилищного хозяйства в городах».
Декабрь, 12. Выборы в Верховный Совет.
Декабрь, 20. Празднование 20-летия ВЧК–ОГПУ–НКВД.

Культурный контекст

Январь, 8. Встреча Сталина с Лионом Фейхтвангером.
Январь, 11. Постановление ЦИК о повышении зарплаты педагогам.
Февраль, 10. Торжественное заседание в Большом театре, посвященное 100-летию со дня смерти А.С.Пушкина.
Февраль, 14. Открытие Дома актера.
Март, 20. Постановление СНК об ученых степенях и званиях.

Апрель, 27. Награждение МХАТа орденом Ленина.
Март, 13. Приезд Поля Робсона.
Май, 26. Открытие павильона СССР на Всемирной выставке в Париже.
Май, 31. Возвращение из эмиграции А.Куприна.
Июль, 5–20. Конгресс Международной ассоциации писателей для защиты культуры.
Июль, 23. Снижение цен на многотиражные издания ОГИЗа на 15%.
Сентябрь, 9. Начало реставрации Храма Василия Блаженного.
Сентябрь, 20. Постановление СНК «О мерах по улучшению обучения иностранным языкам».
Ноябрь, 8. Открытие музея И.В.Сталина в Гори.
Ноябрь, 21. Первое исполнение Пятой симфонии Д.Шостаковича.
Ноябрь, 29. Решение о созыве съезда генетиков.
В этом же, 1937 году, Сергей Эйзенштейн получил звание профессора. Был закрыт его фильм «Бежин луг». В 38-м году он сделает по личному заказу Сталина свой единственный фильм массового успеха «Александр Невский».
В ноябре 1937 года, к 20-летию революции, вышел фильм М.Ромма «Ленин в Октябре».

Из этого контекста—очень беглого—одного только года можно понять, сколь непроста и неоднозначна была ситуация для современников. Велики были соблазны «сверхценной идеи» сильной государственности для воображения художников, особенно ввиду угрозы фашизма, диалектики добра и зла (ее не избегнул даже такой последовательный противник режима, как М.Булгаков).

Что же в таком случае говорить о зрителях, для которых «Ленин в 1918 году» (1939) станет посильным объяснением «красного террора».

Впрочем, отношения «художник и власть»—особая тема, требующая совершенно других методик изучения, без которых подойти к истории советского кино также невозможно.

V. От кинорынка к кинопроцессу

Предлагаемое исследование зрительских предпочтений обнаруживает, что хотя официально национализация кинодела была объявлена еще декретом от 27 августа 1919 года, по причинам практическим и материальным (нехватка ателье, аппаратуры, пленки и проч.) реализация его растянулась на 10 лет. Впрочем, те же 10 лет (1933–1943) понадобились Германии при гораздо лучшей технической оснащенности. На самом деле, 20-е годы характеризовались, по выражению В.Листова, «очаговым» или «точечным» производством и прокатом. К делу привлекался частный капитал, в том числе иностранный (акционерное общество «Межрабпом-Русь» со смешанным русско-немецким капиталом). Номинально студия «Межрабпом» существовала до 1936 года. Репертуар был тоже смешанный и зависел от сметки и удачливости прокатчика, коммуникаций и других случайных причин. Несмотря на приблизительность методики при отсутствии статистики, все же с высокой долей вероятности удастся выделить лидеров проката.

В годы революции это был, по-видимому, итальянский фильм «Камо грядеши?» по роману Г.Сенкевича. На 1922 год самый высокий индекс популярности принадлежал, по-видимому, фильмам «Проклятый род», «Красное кольцо», «Сатана ликующий». На 1923 год это «Богиня джунглей», «Бубновый туз», «Индийская гробница». Популярность «Индийской гробницы» подтверждается первым социологическим опросом зрителей, проведенным газетой «Кино», так же, как и бытованием термина «вейдистки»,—т.е. поклонницы немецкого актера Конрада Вейдта. 1924 год—советский фильм «Дворец и крепость» и немецкий сериал «Женщина с миллиардами». Господство немецкого кино на советском экране определялось причинами политическими.

После окончания Первой мировой две страны оказались в изоляции. Германия, потерпевшая поражение, и Россия, выпавшая из мировой системы ввиду революции. Их отношения в эти годы становятся особенно тесными (не только в сфере кино). Россия закупает не только немецкие filmy, но и кинотехнику; специалистов отправляют на учебу в Германию. Понадобились общие изменения, чтобы кинополитика и кинопрактика приняли другое направление.

С 1925 года в российском прокате начинается эра американского кино: лидеры проката—«Похождения американки», «Знак Зорро» и «Багдадский вор» с Дугласом Фербенксом. Лишь к концу 1925 года баланс отечественных и зарубежных лент на экране достиг относительного процентного равновесия (48% советских фильмов). Провинциальный город—даже крупный—мог считаться к 1927 году весьма кинематографическим, если насчитывал три коммерческие «точки». Впрочем, на 1500 кинотеатров в том же 1927 году в стране действовали 1800 клубных установок, не считая прочих видов государственного предложения с классовым уклоном: «рабочая» полоса в билетах, культпоходы, целевые сеансы и проч. Революционный фильм, который для всего мира стал фирменным знаком советского кино, в лучших своих образцах на коммерческом экране не был обойден вниманием публики («Броненосец “Потемкин”», «Мать», «Потомок Чингисхана»), хотя порядочно отставал от отечественных же боевиков, вроде «Мисс Менд» или «Медвежьей свадьбы». Все же лидером проката при объявленной диктатуре пролетариата оставался обобщенный заграничный—преимущественно американский—боевик, и вкус публики в полуночную эпоху НЭПа, таким образом, мало чем отличался от прочего крещеного мира. Кинотеатры возникали и исчезали—число их было неустойчивым, колеблющимся—репертуар постоянно менялся. Зрители (по экономическим причинам) были более или менее в курсе мирового кинопроцесса и триумфально встречали заокеанских звезд Дуга и Мери («Межрабпом» не преминул воспользоваться этим для собственной комедии «Поцелуй Мери Пикфорд»). Но и экспорт фильмов был весом: он охватывал 32 страны на всех континентах (при этом мелодрамы «Медвежья свадьба» по Мериме или «Станционный смотритель» по Пушкину покупали не меньше, если не больше, стран, чем прославленного «Потемкина»). Тем самым на практике кино еще оставалось средством развлечения, отдыха, компенсации, социальной адаптации и просто времяпрепровождения, а не только

пропаганды (идеальная цель тоталитарной системы, которая, впрочем, никогда не может быть достигнута полностью).

Предварительные разработки модели будущей госмонополистической киноиндустрии, начатые на исходе НЭПа (анонимная докладная записка 1927 года) учитывали такие факторы, как рентабельность, стихийность зрительского успеха; они предполагали элемент свободного выбора. «Надо, чтобы советская фильма была весьма прибыльной. Она только тогда может быть орудием коммунистического просвещения, если она с удовольствием будет восприниматься зрителем.

Поэтому мы заявляем: “коммерчески выгодная фильма” и “идеологически выдержанная” не исключают друг друга, а дополняют».

Предложенная модель предполагала порядка 200 игровых картин в год, из них 15–20 дорогих и идеологически ударных. Цель этих картин— «мобилизовать сознание масс». Далее следовали картины «по проблемам быта переходной эпохи». И, наконец, дешевые развлекательные картины, цель которых «бороться с более губительными развлечениями населения (пьянство, хулиганство и т.д.)».

Стратегия акционерного общества «Межрабпом» (кстати, как и практика нацистского кино после 1933 года) показала, что модель сочетания идеологической выдержанности с коммерческой рентабельностью тоже является функцией какого-никакого рынка, частного сектора и конкуренции заграничных лент. Наступающая с начала 30-х монополизация кинодела в соединении с режимом автаркии неизбежно влекут все более жесткую идеологизацию и постепенное вытеснение, иссякание развлекательной доли репертуара. Пестрый «кинорынок» перестраивается в линейный «кинопроцесс», а зрительский спрос подвергается давлению государственного предложения.

Если отвлечься от смены парадигмы на рубеже десятилетий (борьба течений), от перехода к звуку (новый тип наррации), то перестройка конкурентного кинорынка в линейный кинопроцесс и составляет содержание 30-х.

Несколько цифр, иллюстрирующих совершающуюся перемену. Рынок, естественно, стремится к количественному расширению; хотя искомое количество—200—так и не было достигнуто. Все же 20-е годы характеризуются постепенным ростом производства игровых лент:

1927—119

1928—124

1930—128.

Эта цифра и осталась рекордной. Уже в 1932 году было выпущено 74, а в 1933—лишь 29 лент. Столь резкий перепад, конечно, не мог быть естественным: он был следствием партийной «нахлобучки». Существенная часть картин (в том числе находящихся еще в производстве) была запрещена. Декрет о национализации кино на волне второй сталинской революции стал фактом.

Больше никогда в сталинские времена (до 1953 года) кинопродукция не достигала сотни названий, колеблясь, в среднем, в пределах четырех-пяти десятков; классическую цифру дает в этом смысле 1937 год: 40 фильмов.

Прокат за десятилетие изменился не менее радикально. Вот маленькая схема функционирования московских кинотеатров (естественно, усредненная):

Год	Количество кинотеатров	Количество названий за неделю	Советских	Иностраных
1927	17	31	11	20
1937	31	11	11	-

Даже зрительно сводная киноафиша уподобилась параду военному или физкультурному: колонны одинаковых названий выстраиваются в затылок. Господство заграничного боевика было изжито (кстати, при активной поддержке кинообщественности) при помощи простого вычитания. Из «точечного» прокат зримо становился «линейным».

На первом Всесоюзном производственном совещании по темплану советской кинематографии на 1934 г., состоявшемся в июле 1933 года, тогдашний начальник ГУКФа Б.Шумяцкий, заклеив «количественный разгон» выпуска фильмов как «левацкие ошибки» и даже «вредительство», назвал ряд фильмов, где «занимательность <...> была оторвана от идейного содержания и превратилась в самоцель». Фильмы «Жить», «Слава мира», «Роте Фане», «Горизонт», «Гайль Москау», «Просперити» были сняты с экрана. В результате даже такая относительно коммерческая студия, как «Межрабпомфильм», не успела окупить затраты и понесла убытки на «занимательности». Отношения между идеологией и рентабельностью, таким образом, были практически и надолго решены в пользу идеологии.

VI. «Избранный жанр» советского кино

Между тем слово «занимательность» стало одним из ключевых слов новой парадигмы 30-х, и не кто иной, как Шумяцкий, мечтал о «советском Голливуде». Однако в прошедшей дискуссии на эту животрепещущую тему «ведущим образом занимательной фильмы» была официально признана лента... «Встречный» (на «рабочую» тему, хотя и с уклоном в быт «переходного периода»), снятая «по специальному заданию ЦК партии к XV годовщине Октябрьской революции».

Задание с этих пор будет чаще всего преобладать над результатом. Примечательна дефиниция, данная Шумяцким в упомянутом выше докладе: «Под занимательностью надо понимать большую степень эмоционального воздействия картин, большую простоту высокого мастерства, *скорее и легче доводящие идейное содержание и их сюжет до массового зрителя*» [курсив мой.—М.Т.].

Ничего удивительного, что проект «советского Голливуда» при такой установке захирел и погиб вместе с самим Шумяцким в репрессиях 1937 года.

Рассмотрим с точки зрения тезиса о занимательности «казус» «Путевки в жизнь», абсолютного чемпиона кассы самой коммерческой из студий— «Межрабпомфильм».

«Межрабпом» и прежде числил за собой такие коммерческие рекорды, как «Мисс Менд», «Хромой барин», «Дина Дзадзу», «Медвежья свадьба» и др. Это было отрицательное сальдо «мещанских фильмов». Но был и идеологический задел революционных лент, как «Мать», «Потомок Чин-

гисхана», «Сорок первый». Студия имела наилучшее в стране техническое оснащение, в том числе и звуковое. И в 30-е, осуществив первой новую парадигму «идеология плюс занимательность плюс звук», «Путевка в жизнь», снятая по заказу ЧК, дала рекордную кассу—15 миллионов.

В анализе этого исключительного успеха студия, однако, должна была официально отделить зерна от плевел: «Невиданный успех “Путевки в жизнь” зависел не от нескольких блатных песен или неудачной сцены пьянки, как это некоторые пытались объяснить, а от темы, от огромной силы воздействия простых, но полных драматизма, идейно насыщенных ситуаций».

Социальная драма беспризорничества заключала в себе для кино множество потенциальных возможностей: сюжетов, зрелищных элементов для создания «косяка» фильмов, пусть и дидактических. Не говоря о том, что она была первым звуковым фильмом, что, безусловно, определило исключительность успеха (правда, к 1934 году по стране из 15 тысяч киноустановок лишь 300,—т.е. менее 1%—были звуковыми). Но потенции занимательности, вопреки объявленной парадигме, не были взяты на вооружение: они остались достоянием единичного казуса. Это типологично для некоммерческой модели кино. Вместе с недополученным доходом ушел в песок и социально-критический заряд темы.

Это особенно очевидно в сравнении с практикой продуцентской, коммерческой модели кино США в аналогичной ситуации. В период «сухого закона» бутлеггерство стало такой же социальной язвой Америки, как беспризорничество в России. На этом материале была конституирована целая ветвь социального «гангстерского фильма». И «Уорнер Бразерс» на «Маленьком Цезаре» и фильмах-наследниках не только заработали капитал, но и отработали принципы жанра: массовое кино не может сложиться вне преемственности, отработки канонов и приемов, системы «звезд» и проч. Тем самым оно создает «своего» зрителя, усвоившего систему условностей и, как минимум, не путающего кино с жизнью, что всегда было камнем преткновения для восприятия жанрового кино, как советской публикой, так и критикой.

Кто знает, какую классику потеряло советское кино вместе с уроками «Путевки в жизнь».

Единственным исключением в практике некоммерческого идеологического по преимуществу советского кино стали фильмы о революции: «Главное место в репертуаре должны занимать героические картины». Они, во-первых, обращали социально-критический заряд в прошлое (многочисленные «враги народа» впоследствии получают статус «родимых пятен капитализма»); во-вторых, заменяли реальную историю нужной легендой—мифологизировали ее. Именно в жанре легенды советское кино более всего преуспело, создав и канон, и преемственность, отработав стереотипы и приемы, которые могли быть пересажены в любой хронотоп (например, фильмы о русских полководцах). В фильмах этого жанра проявилась свойственная массовому кино серийность («Трилогия о Максиме», лениниана, сталиниана).

Именно поэтому мы полагаем, что историко-революционный фильм не просто раздел темплана, но жанр, притом «избранный жанр» совет-

ского кино, пользуясь термином Базена. Здесь идеология и коммерция, наконец-то, смогли найти друг друга. «Чапаев» (1934) открыл формулу зрительского успеха.

История советского кино обычно рассматривает «Чапаева» в терминах историко-революционного фильма, не уделяя внимания его жанровой природе. Между тем «Чапаев» по структуре сюжета (от первоначального хаоса—к порядку) и по приемам повествования близок к бесприоритетному вестерну. В этом смысле он может быть назван «истерном». Обе структуры опираются на отработанный столетиями канон авантюрного жанра. Соединение документальной основы (книга Фурманова) и жанрового канона создало феномен «Чапаева», который был счастливым «открытием».

Вовсе не задуманный как «боевик» (в темплане 1934 года он значится как рядовая «оборонная картина»), «Чапаев» стал и первым опытом тотального государственного предложения, — маркированного известной передовой статьей газеты «Правда» (21 ноября 1934 года) «"Чапаева" посмотрит вся страна». «Маркетинг» фильмов-идеологом с этого времени станет делом госмонополистической структуры и будет массивным.

Стихийный зрительский отклик на удачно найденную формулу жанра был использован для широкой пропагандистской кампании:

«Картина “Чапаев” перерастает в явление политическое <...>

Партия получила новое и могучее средство классового воспитания молодежи <...>

Ненависть к врагу, соединенная с восторженным преклонением перед героической памятью бойцов <...> приобретает такую же силу, как страстная любовь к социалистической родине».

Была определена и прокатная политика, которая ляжет в основу новой структуры кинопроцесса, выходящей далеко за рамки 30-х—преобладание предложения над спросом:

«Картину посмотрит вся страна. Ее размножат в сотнях копий для звуковых экранов. Будут созданы и немые варианты, чтобы показать “Чапаева” во всех уголках обширной страны—в городах, селах, колхозах, поселках, в казармах, клубах и на площадях» (напомним: звуковые установки к 1934 году составляли едва один процент от общего числа).

Так количеству названий было надолго предпочтено количество копий на название, определяемое волевым, административным путем.

В условиях общего дефицита развлечений (кафе, танцплощадок, «парков культуры», катков и прочих сооружений) *не фильм, а кино в целом стало предметом повышенного спроса.*

VII. «Госпредложение» и «приватный спрос»

Но даже в условиях, когда все смотрели всё, массовый спрос, который никогда до конца не совмещался с государственным предложением, в каком-то смысле всегда оставался «приватным». Бытовая мода в фасоне какой-нибудь шляпки «маленькая мама» запечатлевала популярность Франчески Гааль. Кроме того, предметом повышенного спроса было именно кино, а не фильм: киносеанс плюс кинотеатр. Он был местом развлечения в более широком смысле. «Недоразвлекательность фильма» компенси-

ровалась комплексом удовольствий: буфетом, программой перед киносеансом, оркестром или джазом,—кинотеатры пускали к себе тех, кого не пускали эстрадные площадки.

Превращение кино, подобно водке, в государственную монополию, придание ему пропагандистского статуса, «индоктринация» даже тех—остаточных—жанровых структур (редкая, штучная, комедия, отдельные музыкальные фильмы и пр.), которые были отгеснены на периферию кинопроцесса,—все вместе оказало воздействие на зрительский спрос. Если полурыночную ситуацию в советском кино 20-х годов принять за единицу, то конец 30-х дает от нее наибольшее отклонение за счет описанной выше дестабилизации общественного сознания. К 20-летию революционному юбилею критерий идеологический, эстетический и кассовый совпали, обнаружив не совсем выдуманное политически-моральное единство общества.

Но даже в юбилейном 1937 году по обороту на копию лидера проката «Ленин в Октябре» далеко обогнал малоизвестный фильм «Каро» (армянская экранизация «Школы» Гайдара). Таким образом, юношеская аудитория и в этих условиях оказалась верна не моде, а природе, общечеловеческим ценностям, закрепленным в стереотипах традиционного приключенческого (хотя и политизированного) жанра. Это лишний раз говорит о том, что боевиком становится любой фильм, удовлетворяющий более глубокую не-эстетическую потребность.

Больше феномен конца 30-х, т.е. сближение трех критериев: идеологического, эстетического и массового—в советском кино не повторился. Война (в соответствии с мыслью В.Гроссмана о раскрепощении внутреннего мира советского человека) дает заметную «приватизацию» спроса. В знаменательном 1945 году верхний ряд заняла никак не связанная с войной классическая театральная мелодрама «Без вины виноватые». По обороту на копию лидировала экранизация оперетты «Сильва».

Больше никогда массовый вкус не совпадал с государственным предложением.

А в 1947–1949 годах режим киноавтаркии был взломан самым парадоксальным образом: в советский прокат были массово выброшены так называемые трофейные ленты из геббельсовского архива: без титров и часто под другим названием. В немалом числе это были американские картины («Судьба солдата в Америке», «Тарзан» и проч.), но в том числе и нацистские. Если вспомнить количество отечественных названий, то доля их представляется огромной:

Год	Советские картины	Немецкие картины
1947	23	3
1948	17	11
1949	18	16

Так случилось, что «поколение победителей» оказалось воспитано на нацистской кинопродукции. Основная ее масса, конечно, принадлежала к развлекательному жанру: «Снежная фантазия», «Дорога на эшафот» и проч., но были и фильмы-идеологемы, как «Трансвааль в огне» (знамени-

тый «Ohm Krüger») или «Призвание поэта» («Schiller»),—увы, и они были восприняты без зазора; набор идеологем—обличение английского империализма, революционаризм и проч.—был схож.

1947 год стал триумфом Марики Рёкк.

Как ни странно, это можно считать относительной нормализацией массового спроса. Успех «Девушки моей мечты» свидетельствовал об острейшем дефиците нормального благополучия, европейского уровня жизни (пусть в стиле кич), наконец, эротической ценности женщины.

Когда своей «массовой культуры» катастрофически не хватает, ее занимают где угодно.

Ко времени очередного «обострения классовой борьбы»—на этот раз с «безродными космополитами»—единство трех критериев: идеологического, эстетического и кассового,—внутри той же модели—было резко нарушено. Государство, интеллигенция и массовый зритель стали выбирать разных фаворитов. Это положило начало затяжной войне эстетической критики с официозом (увы, в кулуарах) и с «дурным вкусом» публики (на страницах).

Апофеозом его, как, впрочем, и «золотым веком» кино, стали конец 50-х—60-е годы. Это было время открытия нового киноязыка, всемирного бума кино, сенсаций кинофестивалей на первых полосах газет. Возобновленный Московский фестиваль (впервые прошедший в 1935 году) хотя бы отчасти вновь приобщил советского зрителя к мировому кинопроцессу.

Впрочем, великие фильмы неореализма, как и положено, оставались в зрительском мизере.

Зато советское кино, в том числе «авторское», завоевывало стабильную, хотя не всегда массовую, киноаудиторию.

Даже в области жанра советское кино в эти годы сумело достичь значимых удач: знаменитый приключенческий боевик «Человек-амфибия» (1962) и слэпстик-комедия «Бриллиантовая рука» (1969) заняли верхние строчки.

В эти же годы лучшие фильмы «Андрей Рублев», «Ася-хромоножка», «Застава Ильича», «Комиссар» были положены на «полку».

Семидесятые годы—классические годы «застоя»—были отмечены всплеском зрительской активности и посещаемости кинотеатров.

С одной стороны, статус кино как искусства в послевоенные годы—на волне антифашизма, неореализма, «авторского фильма» и самоосознания—возрос глобально: семидесятые были еще отзвуком мирового престижа кино.

С другой стороны, для нашей страны, жившей по-прежнему—с перепадами от «разрядки» к «холодной войне», в том же режиме автаркии,—кино было окошком во внешний мир. Московский кинофестиваль, не имевший прокатных последствий, был все еще щелкой в мировое развитие кино, а импорт фильмов, в том числе из третьего мира,—приобщением к «принципу удовольствия». Брежневская эпоха в каком-то смысле вообще была временем советского (весьма относительного) «гедонизма», и, одновременно, разочарования, накопления усталости и цинизма, отпадения общества от государства и официальных ценностей, последней из которых была

Великая Отечественная. Все это, так или иначе, проявилось в отношениях государственного предложения, зрительского спроса и экспертного вкуса.

На рубеже десятилетия (1970) нужно отметить вспышку интереса к военному фильму-эпопее: первые две серии «Освобождения» дали максимум как с точки зрения государственного предложения (количество копий более 2000), так и валового сбора (по 56 млн. на серию). Но по обороту на копию их обогнала незначашая картина Одесской студии «Опасные гастроли». Через три года лидером проката снова станет военная картина «...А зори здесь тихие» С.Ростоцкого, но это будет маркировать не столько статус войны как последней интегральной ценности, но в большей степени—тот поворот к частной жизни, которым вообще отмечен массовый спрос в 70-е годы.

Если суммировать зрительские предпочтения 70-х по жанровому признаку, то чаще всего это будет не кинематограф чистых жанров (министерская попытка сделать кассу на детективе даст невысокий уровень частного спроса), а «сцены частной жизни»: «Офицеры» (1971) и «Несовершеннолетние» (1977) В.Рогового, «Мачеха» (1974) О.Бондарева. Из фильмов, признанных критикой, сюда же войдут «Калина красная» (1974) В.Шукшина, «Афоня» (1975) Г.Данелии, отчасти—«Романс о влюбленных» (1974) А.Михалкова-Кончаловского—при этом оборот на копию «Мачехи» (67,8) почти вдвое выше всех остальных, но всех их вместе в том же 1974 году обгонит «Теща» С.Сплошнова студии «Беларусьфильм» с оборотом 83,3.

Типично для зрительского спроса не только 70-х, но и практически всех лет советского кино, что комедия, при всей своей популярности, почти никогда не становится лидером. «Белое солнце пустыни» (1970) В.Мотыля—коктейль популярных жанров, «Двенадцать стульев» (1971) и «Иван Васильевич меняет профессию» (1973) Л.Гайдая, «Невероятные приключения итальянцев в России» (1974) Э.Рязанова никогда не занимали не только первых мест, но даже вторых и третьих—ни по валу, ни по предложению, ни даже по частному спросу. Зато по долговечности комедия может считаться истинной королевой репертуара («Иван Васильевич меняет профессию», например, никогда практически не сходил с репертуара в течение полутора десятков лет).

Разумеется, приключенческие ленты («Корона Российской империи» (1973) Э.Кеосаяна, «Последняя реликвия» (1971) Г.Краманова, «Даурия» (1973) В.Трегубовича, не говоря уж об американском «Золоте Маккены» (1974) Дж. Ли Томпсона, как всегда имели высокий индекс популярности, занимая, за некоторыми исключениями, вторые и третьи места.

И это в годы, когда в прокат выходят «Андрей Рублев» (1971) А.Тарковского, «Цвет граната» (1971) С.Параджанова, «Дядя Ваня» (1971) А.Михалкова-Кончаловского, «Невестка» (1973) Х.Нарлиева, «Лютый» (1974) Т.Окева, «Восхождение» (1977) Л.Шепитько, «Двадцать дней без войны» (1977) А.Германа и др. Если по госпредложению эти фильмы никогда не поднимались до 500 копий («Андрей Рублев»—273, «Цвет граната»—243), то по частному спросу только фильм Германа поднялся до 12, а по валу очаровательные ленты грузинского авторского кино, картины С.Параджанова оказались среди самых невостребованных (1,5; 1,1 млн.); картина А.Тарковского—2,9 млн.

Опять-таки, как и комедии, они, тем не менее, самые «вертикальные»: «Андрей Рублев» с 1971 года практически почти не сходил с экрана.

Но феноменом кассы 70-х годов оказался мексиканский фильм «Есения» (1975) А.Кревенны, который в первый год собрал 91,4 млн.—в полтора-два раза больше самых популярных картин. Никто не знает, сколько собрал он на круг, но копии изнашивались до дыр. Если в среднем лидировали «сцены частной жизни», то «Есения»—тип усредненной мелодрамы со всеми архетипическими мотивами: тайна рождения, неравный брак, видимость измены, соперничество, найденные родители плюс экзотика цыганского табора и богатой гасиенды.

Если минимальные сборы фильмов «Цвет граната» или «Андрей Рублев» манифестировали противостояние экспертного вкуса с массовым, то феномен «Есении», в свою очередь, означал разрыв массового вкуса с государственным—эскапизм, уход, отказ. Предпочтение же, отдаваемое в эти годы лентам третьего мира перед соблазнами не столь уж малочисленных западных коммерческих лент,—деградацию образа жизни до уровня «слаборазвитых».

1980 год дал последнюю вспышку массового, повального интереса к кино: пресловутые «Пираты XX века»—лидер десятилетия; фильм-лауреат премии «Оскар» «Москва слезам не верит» и «Экипаж». Дальше начинается эпоха кризиса кино.

Таковы—в самом общем виде—параметры нашего исследования, охватившего огромный период от революции до «перестройки».

Автору представляется очень желательным не оставить его втуне и провести второй этап работы.

Но это дело будущего.

Май 1991

