

Александр Игнатенко

ОЧЕРКИ ИСТОРИИ РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ

КНИГА 3

КИНОРЫНОК И КИНОРЕКЛАМА В РОССИИ

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ФИЛЬМА «ПОТОП»



Очерки истории российской рекламы

Александр Игнатенко

**Очерки истории российской
рекламы. Книга 3. Кинорынок
и кинореклама в России
в 1915 году. Рекламная
кампания фильма «Потоп»**

«Алетейя»

2015

УДК 659(47)(091)
ББК 76.0

Игнатенко А. А.

Очерки истории российской рекламы. Книга 3. Кинорынок и
кинореклама в России в 1915 году. Рекламная кампания фильма
«Потоп» / А. А. Игнатенко — «Алетейя», 2015 — (Очерки
истории российской рекламы)

ISBN 978-5-906792-53-2

Это третья книга из запланированной авторской серии, посвященной
рекламным и PR-кампаниям, проводимым в России в разные годы (XVIII–
XXI веков) и нашедшим отражение в печатных СМИ. В отличие от
предыдущих, она полностью посвящена одной теме, рекламным технологиям,
применяемым на российском кинорынке в 1915 году. Данное издание может
представлять интерес для специалистов, работающих в области рекламы
и связей с общественностью, кинематографии, продюсеров, журналистов,
историков, а также студентов, обучающихся по специальностям «Реклама и
связи с общественностью», «Журналистика», «История», «Продюсерство».

УДК 659(47)(091)

ББК 76.0

ISBN 978-5-906792-53-2

© Игнатенко А. А., 2015

© Алетейя, 2015

Содержание

Предисловие	5
Состояние и тенденции в развитии российского кинорынка в 1915 году	7
Проблемы совершенствования российских кинозалов	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Александр Игнатенко

Очерки истории российской рекламы. Книга 3. Кинорынок и кинореклама в России в 1915 году. Рекламная кампания фильма «Потоп»

Автор выражает благодарность Гдалину Александру Давидовичу и Джумуку Сергею Федоровичу, Санкт-Петербургским филокартистам, предоставившим открытки из своих коллекций.

«Кинематография – это великое дело, которому суждено сыграть огромную роль в жизни народа. Подобно печатному слову на кинематограф выпала задача просвещения народных масс, и надо полагать, что он быстро с ней справится. Результаты уже сказываются»¹.

Предисловие

«Леонид Андреев дерзнул назвать кинематограф: Великий Немой!»²

1915 год был знаковым для российского кинематографа, поднявшегося на новую ступень в своем развитии. Начавшаяся мировая война, разорвав сложившиеся каналы поставок зарубежной кинопродукции в Россию, привела к дефициту фильмов в кинопрокате и, соответственно, к увеличению стоимости новых лент, что стимулировало российских производителей к расширению собственного производства.

В свою очередь, принятие сухого закона, резко сократившего потребление спиртного в стране, создало у населения повышенный спрос на различные развлечения, среди которых одним из наиболее востребованных стало кино. И действительно, в конце 1914 – начале 1915 года по всей стране дела у владельцев кинозалов шли просто великолепно. Вот как описывал один из посетивших в это время провинцию московских режиссеров свои впечатления от увиденного там: «Водки нет, “монополии” закрыты – вот публика и набрасывается на зрелища. Кинематографы и театры буквально осаждаются»³.

В стране началось быстрое развитие системы кинопроката, проходившее с существенной как административной, так и материальной поддержкой местных администраций, заинтересованных в отвлечении народных масс от пьянства. По их мнению, кинематограф можно было использовать «в целях борьбы с алкоголизмом, путем демонстрации картин, рисующих вред от пьянства»⁴.

Столь быстрый рост числа киноателье и кинотеатров резко усилил конкуренцию на рынке и заставил всех его участников уделять гораздо больше внимания, чем в предыдущие годы, использованию различных рекламных технологий в борьбе за потребителей.

² Киножурнал. М., 1915. № 17–18. 17 сентября. С. 72.

³ Кроль. Около театра. Голос Москвы. Экстренное прибавление к № 20. М., 1915. 26 января.

⁴ Профессор И. Хр. Озерво. Кинематограф и школа. Вестник кинематографии. 1915. СПб. № 107 (4). 15 февраля. С. 12.

Данная работа посвящена в первую очередь рекламным методам, используемым всеми участниками кинорынка в этот временной период, но так как рассмотрение только одной рекламы в отрыве от общего состояния дел на российском кинорынке не дает понимания причин ее использования, то в ней также уделяется внимание и анализу состояния дел в киноиндустрии в тот год.

Состояние и тенденции в развитии русского кинорынка в 1915 году

«Русская кинематография еще делает первые, робкие неуверенные шаги, но уже широкая славная дорога перед нею, шаг крепнет и недалеко то время, когда русская кинематография заставит преклоняться перед собою Запад, как преклонился он перед русской музыкой и русским балетом»⁵

Российский кинорынок в 1915 году вошел в фазу быстрого экстенсивного развития. На это повлияло сразу несколько факторов: во-первых, из-за войны сократилось количество поступающих в страну зарубежных лент, что спровоцировало кризис предложения на кинорынке, дав толчок росту цен на кинофильмы; во-вторых, введение сухого закона в России привело к росту спроса на различные развлечения, в результате в несколько раз возросло количество посетителей кинозалов; и в-третьих, российский зритель устал от низкокачественных зарубежных лент – вот как описывалось это общественное недовольство в прессе в конце 1914 года: «Русская кинематография, заполненная картинами иностранного производства, особенно страдавшая от немецкой макулатуры... Немецкая драма, вдохновленная пошлостью специальной немецкой добродетели, и немецкой морали, и немецкого юмора, до того опротивела русской публике, что последняя перенесла свое раздражение на самый кинематограф. Ругать кинематограф, унижать его до последней степени, говорить о том, что кинематограф “для плебса”, что это развлечение улицы и т. д. – стало общим местом»⁶.

Несмотря на высказываемое недовольство состоянием дел в кинематографе, большинство представителей киноиндустрии, а также видных общественных деятелей видели будущее российского кинематографа в весьма радужных тонах.

Вот как описывал сложившуюся в российском кинематографе ситуацию в своем интервью широко известный в те годы кинофабрикант А. А. Ханжонков⁷: «Подъем русского кинематографического производства, наблюдающийся в настоящее время, зависит главным образом от двух причин: уменьшения ввоза иностранных фильмов в связи с войной и запрещения продажи спиртных напитков... отрезвившаяся народная масса стала чаще прежнего посещать кинематограф»⁸. Но он также хорошо понимал, что этот подъем явление временное и после окончания войны русским кинопроизводителям придется снова столкнуться в конкурентной борьбе с иностранными фирмами, и видел единственную возможность для российских производителей в этой ситуации в выходе со своей продукцией на зарубежный кинорынок: «Только работая на мировой рынок русский фабрикант сумеет достигнуть продажи того количества экземпляров каждой ленты, которое позволило бы окупить все более растущие расходы на постановку и производство»⁹.

Кстати уже через месяц после публикации этого интервью американские специалисты проявили интерес к российскому кинорынку. Нью-йоркская американская кинематографическая еженедельная газета объявила о том, что она «ищет связей в России с деятельными

⁵ Мавич И. Возрождение русской кинематографии. Сине-фоно. М., 1914. № 4–5. 13 декабря. С. 24.

⁶ Мавич И. Возрождение русской кинематографии // Сине-фоно. М., 1914. № 4–5. 13 декабря. С. 24.

⁷ Ханжонков Александр Алексеевич (1877–1945) – организатор и руководитель первого российского кинопредприятия, выпускавшего фильмы с 1907 года. После Октябрьской революции был консультантом «Госкино», зав. производством «Пролеткино».

⁸ Беседа с А. А. Ханжонковым // Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 36.

⁹ Беседа с А. А. Ханжонковым // Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 36.

кинематографистами. Требуется только свежие новости, имеющие международный интерес. Переписка может привести к заключению очень выгодных контрактов на поставку русских кинематографических корреспонденций на американский рынок»¹⁰. Видимо, газетчики, уловив интерес со стороны дельцов американского кинорынка к российскому кино, спешили удовлетворить его, ведь американские кинофирмы в этот период начали активно выходить на российский кинорынок, обеспечивая своей продукцией неудовлетворенный в связи с войной спрос на иностранные фильмы. Это явление в те годы было обоюдным, российские киноатеи также пытались продвигать продукцию своего изготовления на американский и европейский кинорынки. Некоторые фирмы даже проводили определенную «предпродажную подготовку» российских лент для американского рынка, вот один из примеров такой деятельности: «... фирма “В. Венгер и В. Гардин” решила все выпуски своих лент в готовом монтированном виде, с английскими подписями, отсылать в Америку»¹¹, а другая, пытаясь воспользоваться интересом к картинам российского производства за рубежом, даже «организовала постоянную труппу в 50 человек (помимо гастролеров) для постановки кинематографических пьес интернационального характера»¹², которые, по их мнению, должны были завоевать рынок Западной Европы. В «Кино-журнале» даже появилась статья, посвященная возможностям выхода российских кинолент на зарубежные рынки, в которой, в частности, говорилось: «И нам думается, что в настоящее время мы могли бы пойти со своими картинами, и с большим успехом, за границу, особенно в Англию, Францию, Соединенные Штаты, Болгарию, откуда уже поступают и запросы на картины русского производства»¹³. Однако с идеей выхода на болгарский рынок в скором времени пришлось расстаться, так как страна вступила в войну на стороне противников России.

Мировой рынок мировым рынком, однако будучи талантливым предпринимателем, Ханжонков в сложившейся в стране ситуации стремился в первую очередь удовлетворять ажиотажный спрос на фильмы, возникший на российском рынке. Поэтому его интересовал вопрос, какие фильмы, снятые его компанией, пользуются наибольшим спросом, и для выяснения этого он через журнал «Сине-фоно» провел маркетинговое исследование среди театровладельцев, обратившись к ним со следующей просьбой от лица своего акционерного общества «А. Ханжонков и К», прося сообщить:

«а) какие картины постановок Общества в истекшем сезоне пользовались исключительным успехом, б) какие картины имели средний успех, и в) какие картины не имели вовсе успеха. Сводка этих сведений явится незаменимо ценным материалом для выбора постановок к сезону 1915–1916 гг.»¹⁴. К сожалению, в журнале не появилось информации по результатам данного исследования, ведь данные, полученные в результате его проведения, давали возможность Ханжонкову приобрести определенные конкурентные преимущества за счет выпуска востребованных рынком картин.

Многие творческие люди, далекие от проблем кинематографа, также видели будущее кинематографии, в том числе и российской, в радужных тонах. Вот как выразился популярный в те годы писатель и киносценарист Анатолий Каменский¹⁵ о будущем кинематографа: «Кинематограф уже искусство, но, так сказать, искусство “svi generis”. Это не совсем литература, не

¹⁰ Сине-фоно. М., 1915. № 14–15. 23 мая. С. 121.

¹¹ Сине-фоно. М., 1915. № 19–20. 22 августа. С. 71.

¹² Голос Москвы. 1915. № 71. 28 марта.

¹³ На иностранные рынки // Кине-журнал. М., 1915. № 15–16. 15 августа. С. 120.

¹⁴ Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 50.

¹⁵ Каменский Анатолий Павлович (1876–1941) – русский писатель беллетрист, драматург. В его произведениях «женщина только тогда на высоте своей задачи, когда она отдается мужчине». Писал романы, рассказы, пьесы, киносценарии. В 1920–1924 и 1930–1935 годах жил за границей в Берлине и Париже. Считался белоэмигрантом. Вернулся в СССР, был репрессирован в 1937 году, умер в заключении.

совсем живопись, не совсем театр, а пока случайная комбинация литературного текста, движущегося рисунка и обычно сопровождающей кинематографическую картину музыки. Но когда во главе этого нового, уже сейчас чрезвычайно волнующего, вызывающего странные споры и выдерживающего победу за победой искусства встанут настоящие художники, трудно учесть, какое ошеломляющее, окончательное победоносное шествие совершит кинематограф по всему миру, сокрушая на своем пути бездарные и беспомощные остатки театра, скучные и невыразительные потуги второсортной литературы, лубочные и безграмотные суррогаты живописи»¹⁶.

Не менее интересно, хотя и несколько нелицеприятно о состоянии дел в кинематографе высказался популярный в те годы писатель Л. Н. Андреев¹⁷: «В настоящую минуту кинематограф есть нечто странное, даже безобразное. Он глуп: в нем царит ужасающая безграмотность, против которой необходимы строгие полицейские меры»¹⁸. Несмотря на столь жесткую оценку, писатель видел большие перспективы для развития кинематографа и ту важную роль, которую тот будет играть в дальнейшем, поэтому статья заканчивалась следующей фразой: «А все-таки я люблю кинематограф и верю в его будущность»¹⁹.

Как можно видеть, многие творческие люди в начале XX века считали, что кинематограф заменит собой театр, книги и живопись, очень похожий взгляд присутствовал в среде культурной интеллигенции СССР и в 1950-е годы, но уже только относительно перспектив развития телевидения.

Киноспециалисты же, оценивая перспективы развития российского кинематографа в долгосрочной временной перспективе, обращали внимание на то, что у него должен быть свой путь развития, ведь даже на начальном этапе его становления он уже имел значительное отличие от западного: «Определенное устремление русского кинематографического общества в область психологии и внутренних душевных переживаний – это то новое и настоящее, которого так давно ждал кинематограф и которому суждено вывести кинематограф из тупика пинкертоновщины, цирковых и уголовных ужасов и дурашливой балаганщины»²⁰.

Однако такое видение дальнейшего развития кино в России не было превалирующим. Кинематографические деятели тех лет по своему видению перспектив развития кинематографии делились на две группы: «Одни из них смотрели на кинематограф, только как на источник доходов, только как на коммерческое дело. Этим большинство. Другие хотели бы видеть в нем нечто более возвышенное, хотели бы поднять кинематограф до уровня натуралистического театра, хотели бы приблизить его к идеалу – “школе ума и души”. Этим меньшинство»²¹.

И большинство диктовало свои требования к выпускаемым фильмам. В результате большинство студий снимали ленты, потворствующие «низменным вкусам толпы, ленты детективные и криминальные»²².

Позитивные для российского кинорынка факторы, при отсутствии конкуренции с иностранными производителями, дали возможность кинодельцам резко повысить цены на свою

¹⁶ Дорогу победителю. Кино-журнал. Рига, 1915. № 1. С. 3.

¹⁷ Андреев Леонид Николаевич (1871–1919) – русский писатель. Занимался журналистикой, писал фельетоны, рассказы, романы, пьесы, сценарии для фильмов. В ранних реалистических рассказах – поиски социальной справедливости («Баргамот и Гараська», 1898). Сочувствуя революционерам («Рассказ о семи повешенных», 1908), изображал революцию как стихийный бунт («Савва», 1906) и др. Его произведения привлекали широкое внимание критиков и российской общественности. Принял Февральскую, но не принял Октябрьскую революцию. В 1917 уехал в Финляндию, где и умер. В 1956 году был перезахоронен в Ленинграде на Литераторских мостках Волкова кладбища. Начиная с 1956 года, его избранные произведения переиздавались в СССР. По многим произведениям были сняты фильмы, как при его жизни, так и после смерти, и сегодня его произведения продолжают экранизироваться.

¹⁸ Андреев Л. Н. О кинематографе // Вечерняя газета. М., 1915. № 78. 13 ноября.

¹⁹ Андреев Л. Н. О кинематографе // Вечерняя газета. М., 1915. № 78. 13 ноября.

²⁰ И. Мавич. Возрождение русской кинематографии // Сине-фоно. М., 1915. № 4–5. 15 декабря. С. 24.

²¹ Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 27.

²² Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 27.

продукцию. Отечественные производители фильмов, воспользовавшись удачной для себя ситуацией, подняли вдвое стоимость на фильмы для прокатчиков, «цена в 1 рубль и выше за метр стала теперь обычной»²³, такие цены были просто «неслыханными в мирное время»²⁴. В результате российские производители получали невозможные ранее сверхдоходы от своей деятельности: «О колоссальности общей суммы можно судить уже по тому, какой оборот сделала крупнейшая фирма Ханжонкова. Ее оборот достиг 3 миллионов рублей»²⁵.

Увеличение доходов позволило владельцам киноателье вкладывать значительные суммы в строительство новых киностудий и закупку оборудования, необходимого для производства фильмов. Вот как описывали эту ситуацию в одном из киножурналов: «Привоз зарубежных картин почти прекратился. Дороговизна сырой пленки губительно отразилась на отечественном производстве кинематографических лент и взвинтила цены на них. Но нет худа без добра, появились роскошно обставленные ателье для кинематографических съемок, а также ленты отечественного производства, и не только не уступающие зарубежным, но даже превосходящие их глубиной замысла, превосходной игрой русских артистов и превосходной режиссерской постановкой»²⁶.

²³ Беседа с А. А. Ханжонковым // Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 36.

²⁴ Беседа с А. А. Ханжонковым // Сине-фоно. М., 1913. № 13. 25 апреля. С. 36.

²⁵ Вечерняя газета. Киев, 1915. № 746. 26 июня.

²⁶ Кинематограф: журнал, посвященный интересам кинематографии и театра. Ростов-на-Дону, 1915. С. 6.

50
СИНЕ-ФОНО.
№ 6—7



Новый кинотеатр для съемки акт. О-ва А. Ханжонкова и К^о.

то у самого сердца столько радостной весной весначим, что вы уже чувствуете, что воскресаете, из каменного былого положения вы ни были поставлены вникать самым невозможным роде.

Вроде, даже изобретения, который правящий из прямого и переносит смысл к своей тачке, чувствует иногда истинную эту новую жизнь, эту нашу исключительную обманщицу — надежду.

Может быть, из самого дна, тогда обманула, а теперь не обманет, даже, забирает, не обманет, потому что...

И сладкая пауза начинает нас опутывать, своими живыми нитями.

Да, «с новым годом!» — Это — только надежда.

Но теперь эта надежда ближе и ближе обманчива для нас, чем когда бы то ни было.

Правда, она — не реальное благо.

Ее не положишь в карман с облегченными задатками: — Есть! Обеспечен!

Надежду нужно превратить в реальное, живое, светлое.

И время для этого как раз настало для нашей кинематографии.

Пусть, как я сказал, мы представим старые мхи, в которые нежного брызжет новое вино.

Возьмем нитку с иглой и заплатаем дыры, покажем не готовые еще новые мхи.

Только будем действительно осуществлять светлую надежду, которая вплотную придвинулась к нашему искусству, дающему даже в убогом виде народный театр.

У нас, действительно, назрывает новое.

Силою мучительной борьбы мы оторвемся от Запада.

Она, эта борьба, показала, что мы неожиданно для наших врагов оказались сильны и физически и духовно.

Наши враги да и союзники тоже удивляются:

— О, мы и не знали, что она такая большая!

В искусстве кино мы должны и можем завоевать право на самобытность и право на самостоятельность, которые удивить смотрявших на нас еще недавно с пренебрежением:

— О, мы и не знали, что она такая большая!

Она, русская кинематография.

Вот наш новый год, вот наша надежда.

Закрепим же ее излучившей работой, отказом от дешевой развлекательности, забвением всяческих радостей и неприятностей.

И когда сдвигает это, поднимет боксы и скажет: радость:

— С новым годом!

Ведь.

Среди новинок.

Показанная здесь очередная лента «Русской золотой серии» — «Энивер-пана, продавец Турция» привнесет бесспорно в выдающийся картонный сезон. Как показывает название картины, она своим сюжетом отклоняется

от на самые живые вопросы текущего момента; что же касается ее постановки и исполнения, то буквально затрудняешься, чему отдать предпочтение. Потрясающая роскошь Востока, пышный дворец турецкого диктатора, с фонтанами, потайными ходами, уютными уголками гарема,

Ил.1

Из публикаций можно увидеть, как выглядело построенное в Москве акционерным обществом Ханжонкова здание нового киноателье, конструкция которого отвечала всем современным для того времени требованиям, предъявляемым к подобного рода проектам (см. ил. № 1²⁷).

Таким образом, увеличение цен на кинопродукцию дало возможность участникам кинорынка вкладывать крупные средства в развитие бизнеса, позитивно сказавшись на развитии

²⁷ Сине-фоно. М., 1915. № 6—7. 10 января. С. 50.

российского кинематографа. Вместе с ростом доходов киностудий выросли зарплаты технических специалистов и гонорары занятых в съемках артистов, что подняло престиж профессий, связанных с кинематографом, и привлекло в него новые творческие силы.

Однако быстрое развитие киностудий создавало серьезные проблемы для городских властей. Владельцы различных киноателье, видимо, в целях экономии часто возводили новые постройки или использовали для своих нужд помещения в старых без всякого согласования с городскими администрациями. К концу года это явление стало настолько массовым, что власти были вынуждены принять определенные меры: например, московский градоначальник обратил «внимание на то обстоятельство, что за последнее время наблюдается большое распространение в разных частях города кинематографических ателье (мастерских для производства фотографических снимков, обработки целлулоидных лент для них, склада лент и пр.). При этом предприятия этого рода открываются явочным порядком, и когда обнаруживается их существование, то в большинстве случаев оказывается, что постройки ателье не удовлетворяют требованиям пожарной безопасности. Приставам предложено выяснить, имеются ли в их участках подобного рода предприятия и имеют ли они разрешение городской управы на постройки и на открытие в них своих действий. В случае отсутствия разрешений ателье надлежит закрыть впредь до исходатайствования таковых»²⁸.

Но не только месторасположение вновь открываемых киноателье и кинозалов волновало представителей администрации, они также пытались влиять и на направленность снимаемых фильмов. Во многих регионах власти в рамках борьбы за трезвый отдых населения начали уделять больше внимания развитию просветительского кинематографа, в некоторых случаях даже выделялись определенные средства из местных бюджетов. Например, Московская губернская управа рассматривала вопрос об «оборудовании нескольких подвижных кинематографов для устройства в губернии во время ярмарок, сельских праздников и т. п. кинематографических сеансов с объяснениями»²⁹, а Киевское губернское земство предполагало «ознаменовать прекращение продажи спиртных напитков устройством в губернии 150 кинематографов»³⁰. Помимо этого рассматривался вопрос о выдаче пособий «уездным земствам, кооперативам, попечительствам и иным местным организациям на приобретение кинематографических аппаратов»³¹.

Местные земства в рамках программы развития народного кинематографа выделяли значительные средства для приобретения оборудования для организации передвижного народного кино, стремясь охватить его деятельностью деревни и села. Например, в Крыму передвижной кинематограф «демонстрировал исключительно картины военных действий, имеющие большой успех у сельской публики»³², а в Екатеринославе «кинематограф стали применять при организации по деревням гигиенических выставок»³³, в Харьковском уезде был «приобретен кинематограф для демонстрирования картин по сельскому хозяйству при чтении лекций населению деревни»³⁴. В дальнейшем идею использования кинопередвижек для пропагандистского воздействия на жителей деревень развили большевики после своего прихода к власти.

Власти считали, что: «Народный кинематограф – это та цель, к которой должны стремиться друзья экрана... Дешевый общедоступный кинематограф с лентами, дающими развлечение в часы досуга и полезные знания, – вот что должно быть создано на развалинах кабаков

²⁸ Сине-фоно. М., 1915. № 2. 1 ноября. С. 50.

²⁹ Сине-фоно. М., 1915. № 10. 7 марта. С. 35.

³⁰ Вестник кинематографии. Пг., 1915. № 105 (1–2). 15 января. С. 73.

³¹ Сине-фоно. М., 1915. № 10. 7 марта. С. 35.

³² Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 54.

³³ Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 54.

³⁴ Сине-фоно. М., 1915. № 13. 25 апреля. С. 54.

и тракторов»³⁵, – и ради этой цели они готовы были вкладывать значительные средства в его развитие и в первую очередь в деревне. Согласно отзывам крестьян, демонстрирование «живых картин гораздо больше оставляет впечатления, чем сухие лекции по сельскому хозяйству»³⁶.

Однако, по мнению представителей российской общественности, власти уделяли слишком мало внимания проблеме развития народного кинематографа, что вызывало с их стороны определенное недовольство, которое часто выплескивалось на страницы газет: «Почему так мало, незаметно участие в деле развития кинематографа города, общественных и просветительских учреждений? Не можете дать *многого* для заполнения досуга. Дайте по крайней мере не многое, но *хорошее*. Дайте вместо пошлости из кафешантана – хороший кинематограф, *общедоступный* кинематограф»³⁷.

Интерес к просветительским фильмам со стороны общественных организаций, учебных заведений, владельцев прокатных контор и кинотеатров был настолько велик, что в России начиная с 1914 года начал выходить ежегодник «Разумный кинематограф», посвященный картинам образовательного характера и дающий возможность заинтересованным лицам ориентироваться в многообразии существующих учебных лент и формировать заказы на их получение. Как в первом, так и во втором выпуске ежегодника, вышедшем в 1915 году, фигурировало «около 1500 картин просветительского характера»³⁸. Таким образом, к концу 1915 года в России демонстрировалось уже более 3000 учебных и просветительских лент, для показа которых во многих городах часто открывали маленькие, некоммерческие залы, субсидируемые из бюджета местных администраций.

Несмотря на большое количество снимаемых в стране лент практически полностью отсутствовали фильмы детского репертуара. Например, на устраиваемых в московских кинотеатрах утренних детских сеансах подборка показываемых лент, по мнению многих критиков, абсолютно не подходила для детей, им показывали «танцующих полуголых этюдалей... женщин, подымающих юбки выше головы... бесчувственного пьяного, надевающего вместо шапки телячью голову»³⁹, которого по фильму все бьют: городовые, парикмахеры, опять городовые и наконец жена «тоже бьет, но как! – ногами по лицу!»⁴⁰, и, как считал автор статьи, от таких фильмов детей надо было спасать.

Не лучше обстояло дело с детскими сеансами и в Петрограде: «В городе уже давно чувствовалось полнейшее отсутствие кинематографических картин для детей, которые бы будили ум и сердце к хорошему. Громкие сенсационные картины из уголовной хроники, погони сыщиков, разные мошенничества, убийства, самоубийства влияют очень скверно на психику детей дошкольного и школьного возраста»⁴¹.

Подобные детские программы обогатили уголовную хронику тех лет «новым и грустным фактом, доказывающим тлетворное влияние некоторых публичных зрелищ, в особенности кинематографов, на детскую нравственность. Обнаружена была в разных местах Финляндии деятельность воровских шпек, состоящих из малолетних. Во время проведения следствия из признания малолетних преступников выяснилось, что они увлеклись примером “воровских героев”, наглядно демонстрированных на экране в общедоступных кинематографах»⁴².

Проблема создания специального детского кинематографа стала настолько острой, что в выступлениях на харьковском Первом съезде по вопросам организации разумных развлечений

³⁵ Браиловский М. Новое преподавание // Сине-фоно. М., 1914. № 4–5. 13 декабря.

³⁶ Вестник кинематографии. Пг., 1915. № 106 (3). 1 февраля.

³⁷ Маленькая газета. Пг., 1915. № 65 (166). 8 марта.

³⁸ Сине-фоно. М., 1915. № 8. 31 января.

³⁹ Янт. «Берегите детей» // Голос Москвы. М., 1915. № 23. 29 января.

⁴⁰ Янт. «Берегите детей» // Голос Москвы. М., 1915. № 23. 29 января.

⁴¹ Детский кинематограф // Вестник кинематографии. Пг., 1915. № 105 (1–2). 15 января. С. 36.

⁴² Кинематографы и детская нравственность // Вестник кинематографии. Пг., 1915. № 109 (6–7). 1 апреля. С. 40.

для народа впервые был поднят вопрос о том, что «параллельно и одновременно с просветительным кинематографом общественные организации должны обратить внимание и на специально детский кинематограф»⁴³. Таким образом, общественные деятели стремились обратить внимание российских кинематографистов на такой еще не охваченный ими сегмент потребителей кино, как дети. Однако решить эту проблему до революции не удалось, и становление детского кино в России произошло уже при советской власти.

Но не только репертуар фильмов, показываемых на детских утренниках, вызывал определенное неприятие у представителей властей и общественности, иногда претензии были и к нравственной составляющей многих фильмов, рассчитанных на более взрослую аудиторию. Результатом подобного негативного восприятия части показываемых в кинозалах картин стало введение цензуры на фильмы со стороны местных администраций, которые, не имея возможности повлиять на киносъемочный процесс, стали в довольно жесткой форме вмешиваться в деятельность кинотеатров, контролируя их репертуар. Например, в городе Житомире, Вологодской губернии, появился циркуляр, в котором обращалось «внимание на то, что в настоящее время в кинематографах демонстрируются почти исключительно картины, сюжетами для которых служат: убийства, грабежи, эротические похождения и т. д., отрицательные поступки, оказывающие влияние на нравственность зрителей. Вследствие чего приказано отнюдь не допускать демонстрации картин подобного рода в кинематографах Вологодской губернии не только в городах, но и в местечках в других населенных пунктах, где имеются иллюзионы. Местная цензура усердно взялась за очистку “злаков от плевел”, и в каждой картине, по ее мнению, имеется один из перечисленных недостатков, и поэтому даже самые лучшие картины с трудом проходят через цензуру, так как каждая из них подходит под циркуляр»⁴⁴.

А в Ростове-на-Дону разрешенные к просмотру ленты вносились «в общий список, который публиковался ежемесячно в официальных изданиях для всеобщего сведения. Кроме того была установлена особая категория картин и пьес, недопустимых для демонстрации в присутствии детей и учащихся низших школ и младших классов средней школы»⁴⁵.

Владельцы кинотеатров, пытаясь избежать цензуры и снятия фильмов с экранов своих кинозалов, стали добавлять в свои рекламные афиши информацию, бывшую еще абсолютно непривычной для зрителей в те годы, объявляя о том, что у них идут фильмы «только для взрослых»⁴⁶.

Таким образом, можно видеть, что экстенсивный рост российского кинорынка создал не только позитивные условия для развития отечественного кино, но и породил определенные негативные явления, связанные в первую очередь с используемыми в кинолентах сюжетами, пропагандирующими бытовую жестокость, воровскую романтику и разврат.

Необходимость борьбы с этими негативными явлениями заставила власти ввести киноцензуру и административные ограничения на прокат картин, не соответствующих установленным ими морально-этическим требованиям.

⁴³ Сине-фоно. М., 1915. № 16–17. 27 июня. С. 79.

⁴⁴ Сине-фоно. М., 1915. № 3. 20 ноября. С. 77.

⁴⁵ Новые правила для кинематографии // Кинематограф. Журнал, посвященный интересам кинематографии и театра. Ростов-на-Дону, 1915. № 4–5. февраль. С. 12.

⁴⁶ В. Д. Экран меркнет // Сине-фоно. М., 1915. № 4–5. 15 декабря. С. 54.

Проблемы совершенствования российских кинозалов

«За последнее время наблюдается усиленное открытие новых кинематографов»⁴⁷.

До 1915 года многие кинозалы – и не только в небольших провинциальных городах, но также в Петрограде и Москве – занимали кое-как приспособленные для проката фильмов помещения которые часто не соответствовали изменившимся требованиям нового времени. Их конструкция, как и качество оказываемых услуг, вызвала недовольство у посетителей. Вот как описывает свои впечатления от посещения одного из таких кинозалов корреспондент петроградской газеты: «Мне пришлось побывать в кинотеатре, находящемся на Введенской улице и носящем громкое название Casino de Paris. Более грязного, более антисанитарного помещения, мне кажется, в Петрограде не существует. Контингент публики, посещающей этот театр, преимущественно составляет рабочий класс. Кстати сказать, алчная дирекция дерет сравнительно дорогую плату, и при этом программа этого кинотеатра не выдерживает никакой критики; впрочем, публика ведь невзыскательная, и с ней можно не церемониться. Аппарат все время мигает, лента поминутно рвется, и сплошь и рядом публика видит картину вверх ногами, на что реагирует свистом и страшным топанием ног. Здесь же имеется эстрада, на которой выступают номера дивертисмента, совсем не подходящие для такого театра, им место не в театре, где бывают дети и учащаяся молодежь, а в шантане, и то очень скверного пошиба»⁴⁸

⁴⁷ Сине-фоно. М., 1915. № 4. 15 декабря. С. 76.

⁴⁸ Кинозал для рабочих // Маленькая газета. Пг., 1915. № 61 (162). 4 марта.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.