

Волков Евгений Владимирович

доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры отечественной и зарубежной истории, ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)», г. Челябинск, volkovev@susu.ru

Сапронов Максим Викторович

кандидат исторических наук, доцент кафедры отечественной и зарубежной истории, ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)», г. Челябинск, ssapronov@susu.ru

**СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОРОДСКОГО КИНОТЕАТРА
ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ (НА ПРИМЕРЕ г. ЧЕЛЯБИНСКА)**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-09-00107 «Городской кинотеатр советской эпохи: трансформация социального пространства (Москва — Ленинград — Челябинск)».

Периоды кризисов и тяжелых испытаний (подобно переживаемой сегодня мировой пандемии) занимали и занимают особую нишу в исследовательских практиках гуманитаристики. Изучение стратегий выживания, путей трансформации, способов преодоления обществом жестоких потрясений позволяет выявить тот непреходящий опыт борьбы за выживание, который будет актуален всегда, пока существует человечество. Особый интерес в связи с этим представляет анализ форс-мажорной повседневности и — в частности — форм проведения досуга в «минуты роковые». К таким формам, в том числе, относится наиболее распространенная в XX в. практика «похода в кино(театр)», что является объектом нашего исследования. Предметом анализа выступает советский городской кинотеатр периода Великой Отечественной войны.

Истории кинотеатров СССР военной поры посвящено не так много специальных исследований (мы не берем в расчет общие работы по истории кинематографа указанного периода), в которых рассматривается преимущественно внешняя сторона их функционирования (статистические данные, официальные распоряжения властей и отчеты соответствующих структур). Сам же «поход в кино(театр)», который предполагает несколько иной

взгляд на данную практику, не стал еще предметом анализа историков. Как исключение можно указать на работы Д.Н. Ряпусовой [Ряпусова, 2015; Ряпусова, 2017. С. 43–58]. Подобная ситуация, как нам представляется, может быть объяснена отсутствием релевантного теоретико-методологического инструментария.

Городской кинотеатр советской эпохи в нашем проекте исследуется как социальное пространство. Концепт «(социального) пространства» давно и прочно вошел в теоретическое поле ряда гуманитарных наук — преимущественно социологии и философии. Но до сих пор не существует единого мнения по многим составляющим данного концепта. Нам представляется, что в описанной ситуации вполне корректно использовать *ad hoc* конкретные разработки концепта «социального пространства» для решения специфических задач.

Теоретическая основа нашего исследования опирается на концепцию французского философа и социолога А. Лефевра, выдвинутую и обоснованную в его книге «Производство пространства» (1974). Концепция базируется на утверждении, что социальное пространство — это одновременно и физический, и культурный продукт, в котором выстраиваются социальные отношения. По мнению А. Лефевра, оно включает следующие компоненты. Во-первых, это «репрезентация пространства», которая опирается на его осмысление компетентными субъектами и учреждениями, и включает процесс его создания и управления по определенным лекалам. Во-вторых, это «пространственные практики», то есть процесс реального и повседневного функционирования социального пространства, определяемого действиями субъектов, находящихся в нем. И третий компонент — это «пространство репрезентации», представляющее собой процесс переживания субъектами данного пространства и его символическое кодирование [Лефевр, 2014. С. 51–52].

В качестве частного случая мы рассматриваем кинотеатры г. Челябинска («имени А.С. Пушкина», «Пролетарий», «МЮД», «25 лет Октября» и др.)

в период Великой Отечественной войны как социальное пространство, которое стало не только местом проведения досуга, но и пропагандисткой работы среди населения. Материалы из фондов Объединенного государственного архива Челябинской области (ОГАЧО) содержат информацию о проблемах в области кинопроката. Во-первых, это сокращение количества киномест в связи с закрытием некоторых кинотеатров в начальный период войны. Но данная проблема уже с 1943 г. стала решаться посредством открытия новых, пусть даже временных кинотеатров. Другой трудностью являлось отсутствие квалифицированных кадров, особенно киномехаников, в связи с военным призывом. Посредством привлечения молодежи и деятельности краткосрочных курсов киномехаников данный вопрос во многом был решен. Еще одна проблема — сбои с подачей электроэнергии, в результате чего срывались киносеансы, но эта ситуация зачастую имела временный характер и не зависела напрямую от сотрудников кинотеатров. Серьезным недостатком в работе кинотеатров стала изношенность киноаппаратуры и редкая ее замена на новую, поскольку новая кинотехника, как правило, отправлялась на фронт, а в тылу в первую очередь распределилась в столицу и крупные городские центры. Другая проблема — отсутствие масштабной рекламы фильмов, которая ограничивалась информацией в прессе и на афишах у зданий кинотеатров. Этот вопрос, видимо, не был столь актуальным, поскольку кинотеатры не пустовали. Несвоевременная и долгая по времени поставка кинофильмов из Главкинопроката имела место, но данная проблема во многом носила технический и неболезненный характер¹.

Как свидетельствуют материалы челябинской периодической печати и ОГАЧО, война внесла значительные изменения в кинорепертуар. Во-первых, увеличилось количество документальной хроники, которая демонстрировалась обычно перед художественными фильмами, как правило, боевые киноальбомы с информацией о положении на фронтах и выпуски киножурнала «Сталинский

¹ ОГАЧО. Ф. Р-1600. Оп.1. Д. 34. Л. 131, 132, 199; Д. 49. Л. 274; Д. 54. Л. 1, 10; Ф. П-92. Оп. 13. Д. 51. Л. 61.

Урал», создававшиеся свердловскими кинематографистами¹. Демонстрировались также «большие» документальные фильмы, естественно, посвященные событиям войны.

Среди игровых кинокартин, представленных на экране, увеличилось количество так называемых «оборонных» фильмов с патриотической и антифашистской тематикой. В кинотеатрах г. Челябинска неоднократно проходили фестивали «оборонного кино». Показывали как старые, так и новые советские художественные кинокартины историко-революционного жанра, исторические фильмы, мелодрамы и комедии. Большой вес среди советских кинокартин составляли экранизации литературных произведений и фильмы для детей. С октября 1941 г. на экранах челябинских кинотеатров появились британские и американские игровые картины, в основном комедии и мелодрамы. У зарубежных фильмов, при почти полном информационном вакууме, как правило, была длинная прокатная история: 2–3 премьерные недели и затем периодические повторы. Судя по количеству дней проката и отдельным отзывам зрителей военных лет, такие фильмы имели большой успех, и билеты в первые дни их показа приобрести было трудно. Однако в официальном дискурсе тех лет присутствовала, за редким исключением, информация лишь о советской кинопродукции. Так, например, в отчете отдела пропаганды и агитации Челябинского горкома ВКП(б) за 1943 г. указывался список только советских фильмов, которые вышли на экраны челябинских кинотеатров². Хотя в этот год в городе демонстрировался целый ряд зарубежных фильмов. По нашим подсчетам, за весь период войны в челябинских кинотеатрах шло не менее 17 зарубежных художественных картин.

Во время войны здания кинотеатров активно использовались для агитационной работы. Здесь, как правило, размещались плакаты и стенгазеты

¹ ОГАЧО. Ф. Р-989. Оп. 1. Д. 179. Л. 1-3, 44.

² ОГАЧО. Ф. П-288. Оп. 7. Д. 243. Л. 58-59, 68.

соответствующего содержания, перед сеансами проводились беседы и лекции. Специальные педагоги вели работу с детьми в тематических кружках и тимуровских командах при кинотеатрах.

Что чувствовали и как переживали «поход в кино» советские граждане, посещавшие челябинские кинотеатры военного времени? Находясь в фойе, они зачастую соприкасались с пропагандистской информацией мобилизационного характера, представленной в виде визуальных и вербальных образов плакатов и стенгазет, устными выступлениями лекторов, но, с другой стороны, здесь зачастую можно было услышать мелодии джаз-оркестра или баяна. Несмотря на сокращение с июля 1941 г. всех видов дополнительных развлечений в кинотеатрах, данная традиция сохранилась.

Информацию о том, с какими мыслями и чувствами зрители пребывали в кинотеатре и после киносеанса, могут во многом дать источники личного происхождения. Как правило, такие источники акцентируют внимание на следующих моментах. Во-первых, кино в военный период являлось в целом «доступным развлечением», которое позволяло для многих хотя бы временно оторваться от повседневных непростых проблем. Во-вторых, «поход в кино» зачастую представлял собой коллективное мероприятие, и в кинотеатры ходили либо дворовыми компаниями, либо группами из учебных заведений или предприятий. И, в-третьих, наибольших успех у советских кинозрителей имели не только новые советские картины, но прежде всего зарубежные фильмы.

Таким образом, с точки зрения концепции социального пространства А. Лефевра, городской кинотеатр военного времени — несмотря на тяжелые условия тыловых будней и стремление власти превратить его в мобилизационную агитплощадку — продолжал оставаться, прежде всего, местом досуга, кратковременным убежищем от тягот суровой действительности. «Воля к жизни» брала вверх над «волей обстоятельств»: социальное пространство кинотеатра периода войны «обживалось» по лекалам мирного времени.

Литература

Лефевр А. Производство пространства: пер. с фр. М.: Strelka Press, 2015. 432 с.

Ряпусова Д.Н. «На вечернем сеансе в небольшом городке...»: кино в контексте Великой Отечественной войны по воспоминаниям и письмам уральцев // Вестник Пермского университета. Сер. История. 2015. Вып. 3 (30). С. 99–109.

Ряпусова Д.Н. По сценарию великой мечты: Киноиндустрия Урала в 1941–1953 гг. Екатеринбург: Изд-во УМЦ-УПИ, 2017. 265 с.