

## История взаимоотношений отечественного кинематографа со зрительской аудиторией

М. И. КОСИНОВА

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ, ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КИНЕМАТОГРАФИИ ИМ. С. А. ГЕРАСИМОВА)

*Российское кино на сегодня обладает крайне низким кредитом зрительского доверия, в связи с тем что кризис отрасли, наступивший после перестройки, не преодолен до сих пор. Этот кризис привел к разрушению связи отечественного кинематографа со зрителем. В статье предпринята попытка найти ответ на вопрос: как вернуть зрителя в кинотеатры и привить ему интерес и любовь к современному российскому кино? Ответ автор ищет в истории.*

*Новизна работы состоит в том, что кинорепертуар и зритель в статье рассматриваются системно, как два сообщающихся сосуда, в их взаимовлиянии и взаимозависимости друг от друга. Основным подходом исследования является комплексный анализ. Он сочетает так называемый исторический нарратив энциклопедического характера, подробно и мерно излагающий фактологический материал, связанный с историей развития отечественного кино и его зрительского восприятия, и искусствоведческий анализ репрезентативного материала.*

*В статье рассмотрены периоды в истории развития отечественного кинематографа. Во-первых, период рождения и становления отечественного кино, когда самым главным свидетельством успеха русского дореволюционного кино является любовь и острый интерес к нему самой разной отечественной кинопублики. Во-вторых, период советского кино, история которого без труда укладывается в социально-политическую историю нашей страны. Поэтому она имеет неровный характер: взлет сменяется очередным падением, в соответствии с чем меняются и отношения между кинематографом и зрителем. В-третьих, перестроечный и постперестроечный период, когда произошел разрыв связи отечественного кинематографа со зрительской аудиторией.*

*Заключается, что для успеха у сегодняшнего кинозрителя наше кино должно вернуться к истокам и воспользоваться теми находками, которые использовались в 1930-е годы или в эпоху оттепели. При этом кино должно не идти на поводу у зрительского спроса, а фор-*

мировать его посредством грамотной репертуарной политики. Наконец, кинематограф призван выполнять не только развлекательные функции, но и познавательные, воспитательные и пр., как это было в советские времена.

*Ключевые слова:* кинематограф, репертуарная политика, кинозритель, киноаудитория, кинопосещаемость, кинопрокат.

### РАННЕЕ РУССКОЕ КИНО

Кино уже давно обрело статус «важнейшего», самого массового из всех искусств. Никакие общественные потрясения, глобальные катастрофы, кризисы, которыми был так богат XX век, не смогли вытравить из сердец людей любовь к десятой музе. Наоборот, в особенно трудные времена любовь эта усиливалась, крепла, и очереди у касс кинотеатров становились длиннее.

Что же представляли собой потребители кинопродукта, «рабы зрелища», посетители кинотеатров? Что хотели они увидеть в кинозале, каких фильмов ждали? Как менялся образ отечественного кинозрителя на протяжении истории существования кинематографа? Попытаемся ответить на эти вопросы.

Годы зарождения и становления российского кино на рубеже XIX–XX вв. тесно связаны с иностранцами, в первую очередь с французами — прародителями десятой музыки. Из Парижа везли пионеры российской кинематографии первые киноаппараты, отсюда же доставлялись ленты. Первые съемки в нашей стране также осуществляли иностранцы. Они же строили в России первые кинотеатры, заполняя российский экран своими фильмами. В связи со слишком быстрым ростом числа кинотеатров власти некоторых городов даже были вынуждены ограничивать их количество за счет введения все более строгих требований к их устройству и режиму работы.

Кинозалы первое время заполнялись в основном простонародьем. «Интеллигенция, — пишет В. Михайлов, — глянув разок на «чудо XX века» и удивившись его примитивности, вскоре потеряла к нему интерес и перестала посещать синематографы. И лишь прислуга, мастеровые, швейки, ремесленники, да еще гимназисты, отложив на билеты заветные двугривенные, зачастили в кинематографы» (Михайлов, 1998: 282).

Довольно быстро киномуза завоевала если не любовь, то по крайней мере интерес и привязанность значительной части русской интеллигенции. Началась дифференциация единой поначалу публики, вследствие чего выделились две группы кинозрителей, определяющиеся социальным положением. Первая, образованная и культурно подготовленная, — «театральная», или «буржуазная» (известные адвокаты, профессора, актеры, писатели, крупные торговцы, фабриканты, спекулянты, тыловое офицерство, чиновники (Зоркая, 1976)), — смотрела фильмы в респектабельных кинотеатрах. Вторая — «демократическая», численно значительно превышающая первую, — это простой люд, для которого киносеансы иногда были первым приобщением к миру культуры. К так называемым демократическим слоям относились мелкие чиновники, торговцы, приказчики, ремесленники, домашняя прислуга, заводские рабочие, крестьяне-сезонники. С. Гинзбург делит киноаудиторию того времени на три группы: «...буржуазная верхушка кинозрителей, мещанская аудитория большинства кинотеатров и демократическая публика окраинных дешевых иллюзионов» (Гинзбург, 1963: 214).

Первые отечественные кинозрители с удовольствием смотрели хроникальные, видовые и научные ленты. Ценились библейские, мифологические сюжеты, исторические постановки. Обычно с восторгом зрители встречали феерии и сказки. Большим успехом у всех зрителей (преимущественно мужчин) пользовались «пикантные» ленты легкого «парижского жанра». С удовольствием зрители смотрели комедии. Весьма сочувственно воспринимались дра-

матические сцены. Кроме этого, зрители с удовольствием смотрели разные картины о животных. Значительное место в российском репертуаре занимали французские, немецкие, итальянские, датские фильмы. То было время единого кинорепертуара, когда зрители всего мира смотрели одни и те же картины и реагировали на них примерно одинаково.

Русская дореволюционная кинематография, родившись несколько позднее многих других зарубежных кинематографий, развивалась быстро, качественно, плодотворно и очень скоро наверстала «упущенное», встав в один ряд с ведущими кинематографиями мира. Было создано успешно работавшее национальное кинопроизводство, построена разветвленная сеть кинотеатров, налажен выпуск классной специализированной кинопериодики, выявлены талантливые работники самых разных кинематографических профессий. Привлекая к работе композиторов, писателей, театральных актеров, наше кино добилось признания смежных искусств. Но самым главным свидетельством успеха русского кино является любовь и острый интерес к нему самой разной отечественной кинопублики.

### СОВЕТСКОЕ КИНО

Революция 1917 г. разрушила не только налаженное за 10 лет кинопроизводство, но и систему проката. Большая часть копий русских кинофильмов была вывезена эмигрантами за рубеж. Как следствие, была практически разрушена кинофикация. Многие кинотеатры, переданные в ведение общественных организаций, перестали использоваться по своему прямому назначению. Наступил кинематографический кризис.

В начале 1920-х годов основным источником снабжения кинотеатров были иностранные картины, поскольку большая часть русских дореволюционных фильмов (тех, которые не были вывезены их хозяевами в эмиграцию) была запрещена советской цензурой по идеологическим мотивам. Но даже иностранные картины не в силах были справиться с «фильмовым голодом», охватившим нашу страну, в особенности провинцию. Такое положение неизменно влекло за собой сокращение киносети. К началу 1920-х годов количество стационарных кинотеатров сократилось до самого низкого в истории уровня — примерно до 700 (до революции их насчитывалось, по разным данным, от 2 до 4 тыс.).

Постепенное оживление киножизни началось только весной 1921 г., когда страна миновала период «военного коммунизма» и перешла к новой экономической политике. Нэп дал толчок инициативе акционерных обществ, стимулировал прокат. Коммерческие кинотеатры составляли в годы нэпа основу киносети и давали до 80% всей прибыли от проката.

Однако новая власть не спешила ослаблять свой контроль над кинематографом, она нащупывала новые формы более эффективного подчинения кино задачам своей идеологической пропаганды. В 1924 г. была создана государственная структура Совкино, которая шаг за шагом объединила все разрозненные и самостоятельные киноорганизации РСФСР, лишив их права проката, а вскоре самостоятельности в производстве картин. Со временем Совкино была передана и госмонополия на зарубежный кинопрокат. Благодаря этому во второй половине 1920-х годов кинопромышленность СССР экономически окрепла и развернулась настолько, что наши картины начали заметно вытеснять заграничные.

Те уже немногочисленные иностранные ленты, которые проникали на советский экран, тщательно «обрабатывались» перед демонстрацией. Этим занималась специальная редакционно-монтажная коллегия Совкино. «Идеологически выдержанный» вид придавался картине путем не только сокращений, но и перемонтажа, вклейки новых надписей, смены названий.

В течение десятилетия, в 1920-е годы, отечественная кинематография постепенно была восстановлена. Были заложены крупные кинофабрики, открылись двери кинотеатров, их число значительно возросло, появился кинопоказ в деревне. Однако число кинозрителей

росло быстрее числа кинотеатров. Киносетью даже близко не могла охватить потенциальную зрительскую аудиторию.

Надо сказать, что кинофикация в нашей стране всегда отставала от других сфер киноиндустрии. Наличная киносеть ни качественно, ни количественно не дотягивала до должного уровня, не соответствовала требованиям времени, из-за чего массы желающих попасть в кинотеатр не могли этого сделать. Общий технический уровень проекционной техники советских кинотеатров был тогда за гранью допустимого. В начале 1930-х годов в советский (и мировой) кинематограф пришел звук. В 1932 г. лишь 2% наших кинотеатров было оснащено необходимой техникой для демонстрации звуковых фильмов (в США — 80%). И даже в 1938 г. удельный вес немых киноустановок составлял в СССР 66%. Но и оснащенные необходимой звуковой системой советские кинотеатры не могли работать в середине 1930-х годов в полной мере. Звуковых лент не хватало, а немых выходило уже явно недостаточно.

После ликвидации нэпа и изменения социально-экономического положения общества началась искусственно нагнетаемая политизация массового сознания. Здесь необходимо учитывать и информационный вакуум, созданный «железным занавесом», который отрезал нашу страну в 1930-х годах от остального мира. Были созданы, по выражению М. И. Жабского, «необходимые социальные предпосылки для идеологизации и массовой кинопотребности, резкого усиления в ней познавательных-воспитательных устремлений. В итоге социально-проблемный фильм стал нормой массового киновосприятия, и многие зрители к тому же обрели готовность улавливать, добровольно «настраиваться» на воспитательный посыл кинопроизведений» (Феномен массовости кино, 2004: 99).

В то же время в 1930-х годах советское кинопроизводство достигло очень высокого уровня. Многие фильмы того времени зрители любят и с удовольствием пересматривают и сегодня. Освоение звука, цвета, работа ярких талантливых киноактеров — все это самым лучшим образом отразилось на огромном зрительском успехе советских картин.

Однако уже с середины 1930-х годов началось сужение жанрово-тематического диапазона советских картин, затянувшееся на целых 20 лет. Так как зрителю почти не предоставлялось выбора — все смотрели все. При этом доля развлекательных, «коммерческих» лент в производстве и соответственно в прокате резко сократилась.

Тем не менее при всей скудности репертуара кинотеатр 1930–1940-х годов в условиях дефицита всеобщих развлечений (кафе, танцплощадок, спортивных сооружений и т. д.) пользовался большой популярностью у рядового зрителя. Помимо демонстрации художественной картины, он предлагал ему хронику, киножурнал, наконец, буфет, музыкальную программу. Таким образом, кинотеатр был не просто местом демонстрации фильма, а своего рода культурно-развлекательным комплексом.

Во время войны посещаемость кинотеатров резко повысилась. Это объясняется тем, что население многих городов значительно увеличилось за счет эвакуированных, а также резко возрос интерес зрителей к фронтовой кинохронике. Люди ждали каждого нового выпуска боевого киносборника не меньше очередного сообщения советского Информбюро. Не меньшим успехом во время войны пользовались и документальные картины, многие из которых имели широкий международный прокат.

Особой популярностью в тяжелейших условиях военной жизни пользовалось художественное игровое кино. Зрители смотрели на экранах первые, в основном очень наивные, фильмы о войне, исторические и биографические постановки, комедии (музыкальные, сатирические, гротесковые). Особое значение во время войны имели так называемые легкие жанры, которые помогали зрителям забыть жизненные тяготы и хотя бы на короткое время окунуться в мир грез. Советские режиссеры сумели точно угадать главный запрос зрительской аудитории тех лет — запрос на улыбку и образы надежды. Во время войны снималось

много фильмов не чисто комедийных, но содержащих в себе большую дозу юмора, добра, света. Важная роль в них отводилась песне.

Несмотря на многочисленные трудности, связанные с эвакуацией, огромными материальными и физическими потерями, в годы войны было снято много фильмов, навсегда вошедших в золотой фонд отечественной киноклассики и полюбившихся зрителю. Достаточно назвать такие фильмы, как «Машенька» Ю. Райзмана, «Радуга» М. Донского, «Она защищает Родину» Ф. Эрлера, «Два бойца» Л. Лукова, «Иван Грозный» С. Эйзенштейна.

«Если учесть, — подчеркивает В. И. Фомин, — в каких условиях были одержаны все эти творческие победы и свершения, то можно без малейшего преувеличения утверждать, что наше кино в годы войны тоже совершило свой самый настоящий подвиг: оно оказалось на высоте своего времени, нашло свое место в общей борьбе, оказало мощную духовную поддержку сражающемуся народу» (История киноотрасли в России ... , 2012: 841).

В конце 1940-х — начале 1950-х годов фильмы начали заметно «бронзоветь», становясь все более тяжеловесными, парадными, преисполненными громогласного пропагандистского пафоса. Картины, способные вызвать искреннее зрительское переживание, увлечь острым драматизмом, лирической задушевностью, сердечным юмором, практически исчезли с экранов. Основную часть репертуара заняли историко-биографические фильмы.

В это же время началось резкое сокращение кинопроизводства. Наступил так называемый период малокартинья. Инициаторы курса на малокартинье полагали, что фильмов будет ставиться меньше, но на них будет выделяться больше средств, их будут ставить только самые лучшие режиссеры, в результате чего качество постановок повысится. Кроме этого, надо понимать, что в послевоенные годы лишних денег, которые можно было пустить на кино, у страны не было. В итоге в 1949 г. вышло 16 картин, в 1950 г. — 15, в 1951 г. — всего 9. В кинотеатрах нечего стало показывать, и доходы некогда рентабельной отрасли быстро приближались к нулю. Тогда на экраны страны было выпущено более 100 «трофейных» фильмов — английских, американских и пр., вывезенных из киноархивов нацистской Германии. Только на этих, по сути дела, ворованных зарубежных фильмах и держался репертуар советских кинотеатров в последние годы сталинского правления.

К концу сталинской эпохи советский кинематограф оказался в чрезвычайно тяжелом положении. Рухнуло не только производство, но по цепочке рассыпались и остальные звенья киноиндустрии — прокат и показ.

Если в последние сталинские годы недостаток кинотеатров не слишком болезненно отражался на настроениях зрителей (смотреть в них все равно было особо нечего), то с наступлением нового исторического периода «оттепели» насущная необходимость в кинотеатрах возобновилась с новой, небывалой силой. И немудрено: стремительность, масштабность и глубина перемен, произошедших в послесталинском кино в течение буквально трех-четырех лет, фантастический рост по всем направлениям, в том числе и в области кинопроизводства, — все это способствовало самому массовому притоку зрителей в кинотеатры.

В 1958 г. на экраны вышло 66 новых советских лент. А к 1960 г. наше кино одолело рубеж в 100 картин и продолжало уверенно наращивать производство. Одновременно с предложением рос и спрос. Красноречивый факт — в 1960-х годах наша страна занимала второе место в мире по кинопосещаемости после Индии.

Расширение репертуарного диапазона, возможность выбора в корне изменили всю систему отношений между кино и зрителем. «В критических статьях и обзорах журнала “Искусство кино”, — отмечает М. Зезина, — ссылки на мнения зрителей стали встречаться даже чаще, чем на партийные решения и выступления руководителей. Социологические исследования зрительской аудитории тогда еще не проводились, но редакция получала множество писем и по ним могла судить о настроениях зрителей. Фактически у кинематографа

появился новый заказчик — зритель, запросы которого далеко не всегда совпадали с требованиями, которые выдвигала власть. ...Зритель становился уже не столько объектом идейно-воспитательного воздействия, сколько заказчиком, имеющим право заявлять о своих требованиях и предъявлять претензии. Хотя отношения со зрителем складывались неоднозначно, особенно когда зрительские оценки расходились с мнением критики» (Зезина, 2004: 396–397).

В конце 1950-х — начале 1960-х годов жанрово-тематический диапазон советского кинематографа значительно расширился. «Оттепельный» кинематограф характеризуется пристальным вниманием к внутреннему миру человека (независимо от жанра и темы фильма). Причем не былинного героя, не великого политического деятеля, полководца или музыканта, а самого что ни на есть обыкновенного, рядового человека. Максимальное приближение к жизненным реалиям способствовало утверждению на экране фильмов на острые современные темы.

Из зарубежных картин в 1960-х годах в советском прокате лидировали американские и индийские. Позднее, в эпоху «застоя», из американских фильмов советское киноруководство покупало уже в основном неброские, камерные, реалистические картины, с неизменными элементами социальной критики. Лучших лент жанрового кино США советский зритель в это время не увидел.

Менялось время, менялись фильмы, менялись и зрительские предпочтения. В эпоху «застоя» на наши киноэкраны вместе с зарубежной продукцией ежегодно выпускалось от 280 до 300 новых полнометражных художественных фильмов. Казалось бы, зрителю было из чего выбирать. Но во второй половине 1970-х годов началось снижение зрительской посещаемости. К 1985 г. потери аудитории составили 25%. Основными причинами оттока зрителей из кинотеатров был скучный, однообразный репертуар советских фильмов и распространение телевидения.

«Бессмысленно подсчитывать, сколько хороших или сколько плохих фильмов было снято в первой половине 80-х годов, — пишет А. Медведев. — Плохих было значительно больше, а еще больше — никаких. Но дело даже не в количественном соотношении удач и неудач. Дело в тенденции, в том, что олицетворяло собой магистраль кинопроцесса» (Медведев, 2001: 253).

К 1984 г. наше кино стало дотационным. Советский кинематограф пришел к своему кризису. В это время его еще как-то поддерживали старые советские фильмы, которые тогда так активно не эксплуатировались телевидением. А основную прибыль собирали уже зарубежные картины.

### *КИНО ЭПОХИ «ПЕРЕСТРОЙКИ»*

Перестройка кино во многом была затеяна из-за неудовлетворительного кинорепертуара, кинематографисты стремились избавиться от «серых» фильмов, изменить репертуарную политику, сделать кино зрительским, живым, востребованным. Думалось, что избавление от цензурной удавки приведет к появлению нового советского кино, обновлению творческого мышления художников и обновлению идейно-художественного направления отечественного кино. Свобода творчества расценивалась как всеобщее благо, к ней стремились, думалось, что благодаря свободе художник сможет окунуться в высокие материи и творить великие вещи. Но оказалось, что сами кинематографисты не выдержали испытания свободой: говорить прямо, без эзопова языка оказалось намного сложнее, чем с использованием иносказаний.

«Казалось, теперь кинематограф может обойтись без интеллектуальных ухищрений, без аллегорий и экивоков, — говорила И. Шилова в 1989 г. во ВНИИ киноискусства на симпозиуме, посвященном современному кинематографу. — Но, как доказывает кинопрактика, от-

казаться от обвиняков оказалось не так-то просто. Стало очевидным: иносказательность добавляет замысел от элементарности, азбучности предлагаемых истин, добавляет таинственности и философичности, делает повествование более интересным и увлекательным» (Диалог о сегодняшнем кино ... , 1989: 64).

Иносказательность — это еще полбеда. Главная беда практически всех перестроечных фильмов — то, что за этой иносказательностью оказалась полнейшая пустыня. Вуалировать, по сути, было нечего и некого. Если раньше маневрирование кинематографистов, их сопротивление системе с помощью злого языка никоим образом не отменяло нравственных критериев, то в начале перестройки произошла полнейшая утрата нашим кинематографом всех моральных норм и духовных ценностей.

В годы перестройки нашу страну буквально захлестнул «псевдоавторский» кинематограф. Гласность, свобода слова, дававшая возможность высказаться о наболевшем, сказать открыто то, что в течение многих лет приходилось вуалировать и кодировать, привела к тому, что практически все режиссеры громко запели в унисон одну и ту же «песню о главном». Но зрителю нужны были совсем другие песни: веселые, оптимистичные, жизнелюбивые. Он нуждался в настоящем «зрительском кинематографе» — добром, светлом, дающем надежду, однако так и не получил желаемого.

В результате изменилось отношение аудитории к новым отечественным картинам. Увеличилось число зрителей, в представлениях которых темы, проблемы, герои и т. д. девальвировались, для которых понятия «отечественный фильм» и «кинотеатр» стали практически несовместимыми. Из-за неграмотной репертуарной политики из залов кинотеатров были изгнаны люди с высшим образованием, среднего и старшего возраста, художественно подготовленная публика.

У кинозрителей в конце 1980-х — начале 1990-х годов не было возможности увидеть большую часть отечественной кинопродукции. Независимо от того, удовлетворяла она их потребности или нет, она чаще всего не доходила до киноэкрана. Часть производителей изначально ориентировалась на активизировавшиеся тогда вторичные кинорынки, сразу снимая фильмы на видео. А подавляющее большинство фильмов в отсутствие проката просто кануло в Лету.

Постепенно зритель отказался смотреть в кинотеатрах практически любое кино: собственное, американское, западноевропейское; фестивальное и развлекательное. Вместо конкуренции «отечественные — зарубежные (в первую очередь американские)» фильмы возник новый тип противостояния: зарубежные, законно приобретенные картины конкурировали с зарубежными же, ворованными фильмами, прибывающими в страну на видеокассетах. Вдобавок ко всему кинотеатры, вслед за общими инфляционными процессами, стали поднимать цены на билеты, что окончательно разорвало связь с кинозрителем.

В результате кинопосещаемость снизилась катастрофически. В 1990 г. в наших кинотеатрах ежедневно пустовали три четверти мест (14 из 20 млн кресел). Потеря аудитории составила полтора-два из четырех миллиардов билетов.

\* \* \*

С начала перестройки прошло уже более 20 лет, однако наше кино до сих пор не может найти контакт со зрителем. Пульс отечественного кинематографа уже явно прощупывается, о его успехах немало говорят и пишут. Появилось множество фильмов, предназначенных для молодежи, т. е. для основной, самой активной киноаудитории. Но если интерес к различным российским фильмам более или менее распространен, то конкретных картин, которые бы особо нравились значительной части аудитории, мало. Явных лидеров, заслуживающих всеобщего признания, как это было в советские времена, сегодня практически нет.

В советское время наш кинематограф ориентировался на проблемы современной жизни, снимались фильмы о семье, любви, о войне и исторических деятелях, т. е. выбор тематики в целом был продиктован прежде всего познавательными и идейно-воспитательными задачами. Сейчас же в отношении зрителей к кино массовый характер носят два мотива: во-первых, желание отвлечься от сложных проблем жизни, отдохнуть и, во-вторых, посмеяться.

Но зрители, как показывают социологические исследования, хотят не только развлекаться в кинозалах. Они хотят также видеть кино, побуждающее к размышлениям, полемике. В качестве героя наши зрители предпочитают видеть на экране человека простого, но в то же время значительного, сильного, умного, способного, живущего для других, защитника слабых и обездоленных. Это звучит обнадеживающе. Однако есть ли такой герой на экране или он живет только в воображении зрителя? К сожалению, пока он создан только киносоциологами, проводящими опросы кинозрителей.

Российские зрители хотят смотреть кино про Россию, про себя сегодняшних. И понимать, что происходит с ними и со страной. Этот процесс называется самоидентификацией. И когда наше кино начнет вызывать самоидентификацию, его, наверно, вновь можно будет назвать «важнейшим из искусств».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Гинзбург, С. (1963) Кинематография дореволюционной России. М. : Искусство. 406 с.  
 Диалог о сегодняшнем кино (С симпозиума во ВНИИ киноискусства). (1989) М. : ВНИИ киноискусства, Госкино СССР. 151 с.  
 Зезина, М. (2004) Кинопрокат и массовый зритель в годы «оттепели» // История страны. История кино / ред. С. С. Секиринский. М. : Знак. 496 с. С. 389–412.  
 Зоркая, Н. М. (1976) На рубеже столетий: у истоков массового искусства в России 1900–1910 годов. М. : Наука. 303 с.  
 История киноотрасли в России: управление, кинопроизводство, прокат (2012) / ред. В. И. Фомин. М. : Минкульт РФ, ВГИК. 2759 с.  
 Медведев, А. Н. (2001) Территория кино. М. : Вагриус. 288 с.  
 Михайлов, В. П. (1998) Рассказ о кинематографе старой Москвы. М. : Иллюзион. 289 с.  
 Феномен массовости кино (2004) / ред. М. И. Жабский. М. : Мин-во культуры РФ, НИИ киноискусства. 367 с.

*Дата поступления: 20.08.2014 г.*

#### THE HISTORY OF RELATIONS BETWEEN RUSSIAN CINEMA AND ITS AUDIENCE

*M. I. KOSINOVA*

*(THE STATE UNIVERSITY OF MANAGEMENT, RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF CINEMATOGRAPHY)*

Today the Russian cinema has a very low level of public trust, since the post-perestroika crisis of the industry has not, in fact, been overcome to this day. Due to this crisis, the communication between the national cinema and its audience has been disrupted. In this paper we have attempted to suggest a way to bring the audience back to the cinema and help them develop an interest in and love for contemporary Russian cinema. The answer to this question is to be found in the history of cinematography.

We treat the cinema repertoire and the viewer systemically, as two communicating vessels, with a focus on their interaction and interdependence on each other. Our approach is rooted in the practice of comprehensive analysis combining the investigation of representative material typical for arts studies with the so-called «historical narrative» of an encyclopedic type, which sets forth the facts and details related to the history of national cinema and its audience's perceptions.

The article considers several periods in the history of the Russian cinema, starting with the birth and early development of domestic filmmaking, when love and keen interest of most diverse audiences

sealed the success of pre-revolutionary Russian cinema. Our second period comprises Soviet-time filmmaking, the history of which easily fits into the socio-political history of our country, and is therefore uneven: a rise is followed by a fall, and correspondingly, relations between cinema and audiences change. Lastly, it is the perestroika and post-perestroika period, when the link between those two parties almost disintegrated.

We can thus conclude that in order to find success with the audience, contemporary cinema should go back to its roots and to use the techniques of the 1930s or 1960s. Filmmakers should not blindly meet the audiences' demands, but to shape them by means of a competent repertoire policy. Finally, cinema should not only entertain, but also inform, educate, etc. as it did in the Soviet times.

Keywords: cinema, repertoire policy, viewer, cinema audience, cinema attendance, film distribution.

#### REFERENCES

Ginzburg, S. (1963) *Kinematografiia dorevolutsionnoi Rossii* [Russian Cinema before the Revolution]. Moscow, Iskustvo Publ. 406 p. (In Russ.).

*Dialog o segodnesnem kino (S simpoziuma vo VNII kinoiskusstva)* [Dialogue on Today's Cinema (A Symposium at the Research Institute of Cinematography)]. (1989) Moscow, All-Union Research Institute of Cinematography, Goskino SSSR Publ. 151 p. (In Russ.).

Zorkaya, N. M. (1976) *Na rubezhe stoletii. U istokov massovogo iskusstva v Rossii v 1900–1910* [At the Turn of the Century: The Origins of Mass Art in Russia, 1900–1910]. Moscow, Nauka Publ. 303 p. (In Russ.).

*Istoriia kinootrasli v Rossii: upravlenie, kinoproizvodstvo, prokat* [A History of the Film Industry in Russia: Management, Production, Distribution] (2012) /ed. by V. I. Fomin. Moscow, Ministry of Culture of the RF, All-Russian State Institute of Cinematography Publ. 2759 p. (In Russ.).

Zeina, M. (2004) Kinoprokat i massovyi zritel' v gody "ottepeli" [Film Distribution and the Mass Audience during the "Thaw"]. In: *Istoriia strany. Istoriia kino* [The History of the Country. The History of Filmmaking] / ed. by S. S. Sekirinskii. Moscow, Znak Publ. 496 p. Pp. 389–412. (In Russ.).

Medvedev, A. (2001) *Territorii kino* [The Territory of the Cinema]. Moscow, Vagrius Publ. 288 p. (In Russ.).

Mikhailov, V. P. (1998) *Rasskazy o kinematografe staroi Moskvy* [Tales of Old Moscow Cinematography]. Moscow, Materik Publ. 280 p. (In Russ.).

*Fenomen massovosti kino* [The Phenomenon of Mass Cinema] (2004) / ed. by M. I. Zhabskii. Moscow, Ministry of Culture ; Research Institute of Cinematography Publ. 367 p. (In Russ.).

Косинова Марина Ивановна — кандидат философских наук, доцент кафедры управления в сфере культуры, кино, телевидения и индустрии развлечений Государственного университета управления, г. Москва, доцент кафедры продюсерского мастерства и менеджмента Всероссийского государственного университета кинематографии им. С. А. Герасимова; член Союза кинематографистов РФ. Адрес: 109542, Москва, Рязанский проспект, 99. Тел.: +7 (495) 371-23-88. Эл. почта: kosimarina@yandex.ru

Kosinova Marina Ivanovna, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Department of Management in Culture, Film, Television and Entertainment Industry, State University of Management; Associate Professor, Department of Producing Skills and Management, Russian State University of Cinematography; Member, Union of Cinematographers of the Russian Federation. Postal address: 99 Ryazansky prospect, Moscow, Russian Federation, 109542. Tel.: +7 (495) 371-23-88. E-mail: kosimarina@yandex.ru