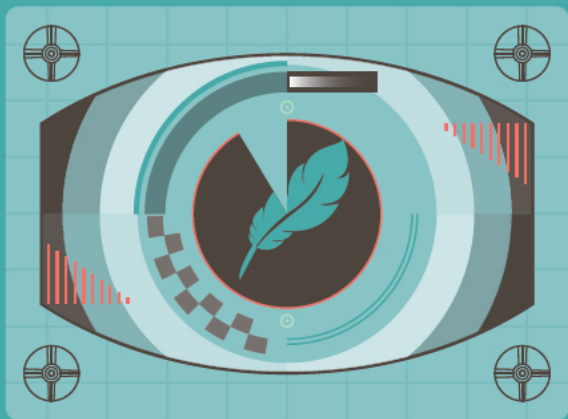


АНДРЕЙ ЧЕРНЫШЕВ

ОТКРЫВАЯ НОВЫЕ
ГОРИЗОНТЫ



Андрей Александрович Чернышев Открывая новые горизонты. Споры у истоков русского кино. Жизнь и творчество Марка Алданова

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=26119582

Аннотация

В новую книгу Андрея Александровича Чернышева (1936 г.р.) вошли две работы. Одна из них, «Рядом с “чудесным кинемо...”», посвящена спорам у истоков русского кино, связанным с именами А. Ханжонкова, А. Куприна, В. Маяковского, К. Чуковского, В. Шкловского, и выходит вторым, переработанным изданием. Другая часть книги, «Материк по имени “Марк Алданов”», обобщает многочисленные печатные выступления автора об одном из крупнейших писателей первой волны русской эмиграции. Создается творческий портрет, анализируются романы, рассказы, очерки писателя, его переписка с В. Набоковым, И. Буниным, неоднократно представлявшим М. Алданова к Нобелевской премии, рассказывается об активной общественной деятельности писателя и публициста во Франции, Германии, США.

Книга адресована читателям, интересующимся проблемами истории киножурналистики, а также литературы и публицистики в эмиграции.

Содержание

От автора	5
РЯДОМ С «ЧУДЕСНЫМ КИНЕМО...»	9
Конец ознакомительного фрагмента.	59

От автора

«Открывая новые горизонты» – эти слова лет 30-35 назад не раз повторял мой любимый университетский учитель, профессор Александр Васильевич Западов. Он подыскивал заголовок для своей новой большой проблемной статьи. Статья в конце концов получила другое название. Но его первоначальный вариант «открывая новые горизонты» стал для меня постоянно работающим девизом: об этом должен помнить ученый, задумывая новый труд. Мало быть эрудитом, знатоком важной научной проблемы. Нужно еще наметить направление, пути для тех, кто придет позже тебя. И вспоминая Западова, я беру его мудрые слова как заголовок своей итоговой поздней книги.

Моя жизнь на всех ее этапах была связана с факультетом журналистики МГУ. Сначала пять студенческих лет, потом, после аспирантуры, тридцать лет преподавательских. Читал курсы «Литература эпохи Пушкина», «Литература эпохи Гоголя», «Литература эпохи Великой Отечественной войны», обзорный курс для иностранных студентов «Русская литература 1920-х – 40-х годов». Среди разработанных мною спецкурсов – «Драматургия, театр, кино начала XX века», «Автор «Детей Ванюшина» Найденов», «Полемика: «Кто победит: театр или синемаграф? От манифестов кино к научно-

му исследованию». Руководил спецсеминарами: «Осознание кинематографа как нового вида искусства», «Первые русские журналы и газеты и кино», «Писатели о будущем кино (Андрей Белый, Чуковский, Серафимович)», «Становление системы кинозвезд», «Эпоха Пушкина: писатели и публицисты «второго ряда»».

Мои главные научные работы 1970 – 2000-х годов связаны с ранней русской киножурналистикой и творчеством Марка Алданова в эмиграции: сначала во Франции, Германии, затем в США. Все эти годы я считал важным отыскивать неопубликованные тексты крупных авторов, в первую очередь, Алданова, и знакомить с ними читателей. Идеальной формой представить результаты исследований, подготовить читателя к серьезной работе вижу предисловие к собранию сочинений, книге или статье в серьезном журнале. Так я работаю последние десятилетия.

В результате статьи многих лет, вызывавшие отклик у читателей и исследователей, оказались разбросанными по многочисленным изданиям. В этой книге материалы собраны вместе, заново отредактированы и введены в контекст современности. Они и составляют содержание книги. На первый взгляд может показаться, что тексты обоих разделов разнородны. Однако связь между ними есть. Она не бросается в глаза, но подчиняет себе повествование. В книге читатель знакомится с двумя гранями двух эпох, лицами которых стали В. Маяковский, А. Куприн, В. Набоков, И. Бунин, К. Чу-

ковский, публицист Василевский (Не-Буква), А. Ханжонков и многие другие. В одном разделе книги речь идет о судьбе и творчестве и по сей день недооцененного крупного русского писателя эмиграции Марка Алданова, в другом – о ранней русской киножурналистике, спутнике нового искусства, ворвавшегося в жизнь массового зрителя в начале двадцатого века. В обоих случаях горизонты для читателей, литературоведов, критиков, искусствоведов и в самом деле несколько раздвигаются. Ранняя русская киножурналистика по свежим следам появления на экране первых русских фильмов распахнула двери к осмыслению ярчайшего нового явления в искусстве. А Марк Алданов, его творчество, стали открытием одной из граней замечательной литературы русского зарубежья, дотоле почти не известной нашему читателю.

Считаю важным помянуть ученика, моего друга, с которым нас связывают последние двадцать с лишним лет, – Артема Валерьевича Лысенко. Он много и вдохновенно сделал для того, чтобы эта книга могла выйти в свет. Артем своим энтузиазмом заразил меня, вливал в меня бодрость и силу для завершения работы, внимательнейшим образом готовил каждую страницу текста к печати, провел всю организационную работу. По справедливости я бы говорил «мы» применительно к этой книге.

В рукопись в разные годы было вложено много труда и любви не только автора, но и замечательных людей, встретившихся на его пути.

Москва, май 2017 г.

РЯДОМ С «ЧУДЕСНЫМ КИНЕМО...»

Русская киножурналистика начала XX века

Ранний русский фильм, немой, невыразительный, бесконечно устаревший. Сегодня он может представлять интерес главным образом для историка. Нужно ли изучать сопутствовавшую ему журналистику?

Нужно.

Для нас важно и значительно все, связанное с прошлым кино, в том числе и ранняя киножурналистика. «Даже самая неудачная картина может взывать к чувству и воображению, она приводит их в движение»¹.

Журналисты начала XX века, современники выдающихся свершений в литературе, театре, музыке, живописи, отдавали себе отчет в том, что фильм несовершенен, зачастую наивен, и вместе с тем понимали, что кино открывает новую возможность приобщить к искусству три четверти неграмотно-

¹ Гёте И. В. Введение в «Пропилеи». – В кн.: Гёте И. В. Об искусстве. М., 1975, с. 121. Эти слова Гёте относятся к живописи, но с полным правом их можно распространить и на другие искусства.

го и полуграмотного населения царской России. Кино развивалось в десятилетие перед первой мировой войной исключительно быстрыми темпами, год от года обогащался арсенал его выразительных средств, из технического аттракциона оно превращалось в искусство. Журналистика не только отражала этот процесс, она активно участвовала в нем, была его своеобразным катализатором. Накопленный ею опыт поучителен и сегодня, в свете непрекращающихся споров вокруг выразительных средств еще более молодого искусства – телевидения.

Киножурналистика знакомит нас с тем, как воспринимали люди начала XX столетия происходившее на их глазах чудо – рождение нового искусства:

Кинематограф – чудо века,
Кинематограф – чародей,
Печать культуры человека
На манускрипте наших дней² .

Первое, что поражало на киносеансе, это массовость аудитории. Она воспринималась как живое отрицание эстетизма, всяческих «башен из слоновой кости».

Уже в создании первого русского игрового фильма участвовал выдающийся деятель искусства: «Стенька Разин, или Понизовая вольница» (1908) шел в сопровождении музыки, специально для него написанной директором Московской консерватории М.М. Ипполитовым-Ивановым. Статьи о ки-

² Вестник кинематографии. М., 1914, № 7, с. 18.

но писателей, актеров порою были необычайно восторжены, рационально мыслящие их авторы внезапно становились романтиками. «Чудесный Кино! – восклицает в 1912 году Леонид Андреев. – Что рядом с ним – воздухоплавание, телеграф и телефон, сама печать?»³

Однако увлеченность кино у деятелей культуры сменялась разочарованием – они видели, что фильм вульгарен и примитивен, что он портит зрителю вкус, и задавались вопросом: почему это происходит?

История раннего русского кино в целом изучена. Вслед за капитальным трудом С.С. Гинзбурга, энциклопедической по охвату материала «Кинематографией дореволюционной России» (М., 1963)⁴, стали появляться работы, посвященные отдельным сторонам тогдашнего кинопроцесса. Этапы фор-

³ Маски. М., 1912, № 3, с. 13.

⁴ Эта книга подводила итог начавшейся с 1920-х гг. кропотливой работе по изучению дооктябрьского кино. Назовем важнейшие публикации. В Ленинграде в 1927 г. была издана I часть монографии Б.С. Лихачева «Кино в России. Материалы к истории русского кино», рассматривающая период 1896–1913 гг. II часть, освещающая развитие кино в годы первой мировой войны, опубликована в 1960 г. в сб. 3 «Из истории кино. Материалы и документы». Часть незавершенного труда Н.М. Иезуитова «История советского кино», посвященная киноискусству дореволюционной России, была напечатана в «Вопросах киноискусства», вып. 2 (М., 1958). Глава «Кинематограф в дореволюционной России» открывает вышедшую двумя изданиями монографию Н.А. Лебедева «Очерк истории кино СССР. Немое кино» (1947, переработанное и дополненное издание – 1965). Материал по истории дооктябрьской кинокомедии содержится в I главе книги Р.Н. Юренева «Советская кинокомедия» (М., 1961). Также в 1961 г. вышла в свет работа Р.П. Соболева «Люди и фильмы русского дореволюционного кино».

мирования киноязыка в различных аспектах проанализировали Ю.М. Лотман, К.Э. Разлогов, Ю.Г. Цивьян. Н.М. Зоркая включает кинематограф в систему создававшейся в те годы в России «массовой культуры». Н.А. Хренов анализирует взаимодействие фильма и его аудитории, Н.В. Крючников систематизирует данные о киносценаристах⁵ довоенных лет.

Многие исследователи цитируют кинопериодику, но используют ее лишь как один из источников к своей теме. Постепенно происходит расширение круга рассматриваемых журналов. Н.А. Лебедев считал, что в предреволюционные годы «издавалось до десятка печатных журналов»⁶. С.С. Гинзбург указывал, что их «более двадцати»⁷, в статье «Пресса кинематографическая» Кинословаря сообщалось: «В 1910–1917 гг. издается около 30 журналов»⁸. Нами выявлено 44 журнала и 24 газеты, полностью или частично по-

⁵ Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноискусства. Таллин, 1973; Разлогов К.Э. Искусство экрана: проблемы выразительности. М., 1982; Цивьян Ю.Г. Становление понятия монтажа в русской киномысли 1896—1917 гг. Автореф. канд. дис., Л., 1983; Зоркая Н.М. На рубеже столетий. У истоков массового искусства в России 1900—1910 годов. М., 1976; Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики. М., 1981; Крючников Н.В. Сценарии и сценаристы дореволюционного кино. М., 1971.

⁶ Лебедев Н. А. Очерк истории кино СССР. Немое кино. Изд. 2-е. М., 1965, с. 85.

⁷ Гинзбург С. С. Кинематография дореволюционной России. М., 1963, с. 14.

⁸ Кинословарь, в 2-х т., т. 2. М., 1970, с. 361. См. также: Кино. Энциклопедический словарь. М., 1986>с. 333.

священных кино.

Дело, однако, не только и не столько в выявлении максимально достоверной картины круга киноизданий. Они должны быть предметом комплексного исследования.

Киножурналистика – самостоятельный живой организм. Ранняя русская киножурналистика использовала те же жанры, прибегала к тем же формам обработки общественного мнения, что и любая отраслевая печать. Со второй половины XIX века важной формой финансирования прессы и способом воздействовать на издателя были рекламные объявления. Киножурналистика поставила телегу впереди коня: в ней текст стал дополнением к рекламе. Историк уральской культуры Е. Бирюков приводит любопытное свидетельство, касающееся подлинных причин интереса коммерсантов к кино. Перед первой мировой войной владелец посессионного округа заявлял репортеру газеты «Уральская жизнь», что собирается для поправки дел открыть кинематограф: «Здесь, по крайней мере, нет ни кризисов, ни забастовок»⁹.

Изучение дореволюционной киножурналистики проливает новый свет на историю раннего русского кино и расширяет сложившиеся представления о печати по искусству. Ее быстрое развитие должно быть соотнесено с общим подъемом отраслевой печати в начале XX века, когда энциклопедический журнал стал уступать ведущее положение специализированным. Толстый журнал, посвященный сразу всем искус-

⁹ Урал, 1977, № 10, с. 153.

ствам, но в первую очередь литературе, начал отступать перед натиском тонких журналов, связанных исключительно с театром или исключительно с живописью и скульптурой. Специализация в периодической печати по искусству отражала процесс движения от литературоцентризма XIX века к установлению новой иерархии искусств: словесный образ оттеснялся зрительным, более соответствовавшим быстрому ритму городской жизни¹⁰. Журналы вели между собой непрекращающуюся полемику, и в итоге происходило лучшее общественное осознание выразительных средств каждого из искусств.

Особенность кинопечати состояла в том, что в момент ее возникновения ни один человек в мире не воспринимал кино как искусство. Она начиналась как отрасль печати, обслуживавшая индустрию зрелища с постоянно сменяющейся программой. Однако вскоре происходит процесс посте-

¹⁰ Любопытно сопоставить два суждения: В.Г. Белинского и И.Е. Репина – о сравнительной ценности искусств. Для Белинского «поэзия есть высший род искусства. Поэзия выражается в свободном человеческом слове, которое есть и звук, и картина, и определенное, ясно выговоренное представление. Посему поэзия заключает в себе все элементы других искусств, как бы пользуется вдруг и нераздельно всеми средствами, которые даны порознь каждому из прочих искусств. Поэзия представляет собою всю целостность искусства» (Белинский В.Г. Разделение поэзии на роды и виды. Собр. соч. в 9-ти т., т. 3. М., 1978, с. 296). Репин констатирует, что положение за истекшие полвека изменилось: «Наши современники все больше проявляют склонность воспринимать разного рода идеи глазами, через посредство изобразительных искусств, и вместо прежнего интереса к книгам в наши дни замечается возрастающий интерес к картинам». (Репин И.Е. Воспоминания, статьи и письма из-за границы. Спб., 1901, с. 247).

пенного осознания кино в качестве нового искусства, и киножурналистика играет в нем ведущую роль. Эта перемена ведет к коренному изменению типов изданий.

Здесь, отметив важный вклад в разработку проблемы типологического анализа печати исследователей 1970—80-х годов¹¹, все же подчеркнем, что единой системы типообразующих элементов для журналистики в целом не выработано и киножурналистика вносит новые оттенки в чрезвычайно пеструю, с трудом поддающуюся классификации общую картину периодической печати начала XX века.

К моменту возникновения кинопериодики установились определенные закономерности в профилях изданий по искусству. Журналы, посвященные тем искусствам, где число творческих работников сравнительно невелико и зрительская аудитория также ограничена, например издания по живописи и скульптуре, адресовались почти исключительно ценителям этих искусств, хотя и профессионал мог найти в них интересующий его материал. Журналы по архитектуре, на-

¹¹ См.: Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов. – Вести. Моск, ун-та. Серия 11. Журналистика, 1975, № 3; Западов А.В., Соколова Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие. – Там же, 1976, № 2; Черняк А.Я. О типологии произведений литературы. – В кн.: Книговедение и его задачи в свете актуальных проблем советского книжного дела. М., 1974; Акопов А.И. Типология советских научно–технических журналов. Автореф. канд. дис. М., 1979; Вопросы типологии русской журналистики в связи с развитием газетного дела. – В кн.: Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. Задачи и теоретико-методологические принципы изучения. М., 1981.

против, предназначались исключительно специалистам, как и журналы по фотографии, но в последних характер изложения был более популярным: каждый, кто увлекался фотографией, мог считать себя профессионалом. Театр и исполнительские искусства, где к творческому процессу причастны большие коллективы и аудитория также велика, вызвали к жизни два разряда отраслевой печати – малотиражную, предназначенную профессионалам, и массовую, предназначенную широкой публике.

Киноиздания пошли по пути театральных. Однако предназначенная широкой публике киножурналистика на раннем этапе своего существования, до 1914 года, как это ни парадоксально, не писала о кино! Киногазеты содержали рекламно-информационный киноматериал, но статей, заметок, очерков о текущем репертуаре, об актерах, о съемках в них нет – кино еще не признавали искусством, издатели исходили из убеждения, что писать о нем нечего и зрительской любознательности в отношении фильма не существует.

Специальная (предназначенная профессионалам) киножурналистика сперва адресовалась коммерсанту – владельцу кинотеатра, прокатчику, отсюда ее преобладающий интерес к коммерческим и техническим темам. С осознанием кино как нового искусства перед первой мировой войной в киножурналистике происходит перестройка, специальные журналы становятся богато иллюстрированными, расширяется круг тем и жанровая палитра, а также читательская группа:

к читателям присоединяются творческие работники кино. В печати для публики, для зрителей перестройка была еще более капитальной: устранившиеся от кинопросветительства газеты одна за другой закрываются, взамен возникает «журнал искусств», призванный формировать общественное мнение вокруг экрана.

Казалось бы, происшедшие перемены только обогатили киножурналистику. На деле это был процесс не только приобретений, но и существенных потерь. Пришло понимание, что кино – это искусство, значит над ним надо усилить контроль. Больше того – вообще значительно пристальнее стали следить за кинопечатью. Специальный журнал раздваивается между совершенно разнородными группами читателей, бизнесменами и творческими работниками, нарастает обострение их интересов. В прессе для зрителей имеет место переориентация в сторону читателя-интеллигента, она утрачивает массовость. Нестабильность основных параметров газет и журналов сама по себе является типологической чертой неустоявшегося нового отряда отраслевой печати.

Значительна роль ранней киножурналистики в формировании русской киномысли. Здесь кинопечать проявляет себя как важный фактор национальной культуры.

Наука «киноведение», изучающая теорию и историю кино, появилась лишь в двадцатые годы, до этого все писавшие о нем не изучали его природу систематически, а делали отдельные разрозненные, порою интереснейшие наблюдения –

из них состояла киномысль. История кино еще только начиналась, и авторы статей и единичных книг были лишены в своем подходе историзма. Постоянно перегруппировывая разнородные накапливавшиеся сведения, устанавливая между ними причинно-следственные связи, они осмыслили его место в обществе, вводили его в большую культурную традицию, выявляли особенности его языка. Они еще не создали науку – теоретическую систематизацию объективных знаний, но подготовили почву для ее возникновения.

Киномысль возникла в России на целое десятилетие раньше, чем киножурналистика. Для создания отраслевой печати требовалось некоторое первоначальное развитие отрасли, хотя самые первые киносеансы на Нижегородской выставке 1896 года вызвали к жизни известные очерки А.М. Горького¹². На рубеже 90—900-х (каких?) годов русская киномысль представлена отдельными наблюдениями, частными соображениями в статьях, посвященных другим темам, в переписке деятелей искусств. Периодическая печать длительное время свысока игнорирует кино: оно уже перестало быть любопытной новинкой, но еще не стало фактором культурной жизни.

К моменту возникновения киножурналистики положение меняется. В общей прессе с 1907 года начинают появляться статьи чутких к новому зрелищу писателей, обсуждаю-

¹² «Беглые заметки» (Нижегородский листок, 1896, 4 июля) и «Синематограф Люмьера» (Одесские новости, 1896, 6 июля). См.: Горький А.М. Собр. соч. в 30-ти т., т. 23. М., 1953.

щих его особенности. Они вписывают «живую фотографию» в контекст русской культуры начала XX столетия, пытаются наметить ее перспективы. Однако для общей печати эти статьи были исключением. Преобладали в ней нападки на новое зрелище – его обвиняли в пошлости, вульгарности, безграмотности. Педагоги доказывали, что фильмы портят вкус учащихся, юристы – что кино содействует росту преступности. Но особенно яростную борьбу против кино развернула театральная печать. Она увидела в кино конкурента театра, и в некоторых ее выступлениях даже звучал призыв к законодательному запрещению кино.

Киножурналистика на раннем этапе своего существования, в годы, предшествующие первой мировой войне, выступает единым фронтом. Она берет кино под защиту, утверждает, что фильмы расширяют кругозор, укрепляют мораль, вызывая презрение к пороку и сочувствие к добродетели. Главный аргумент в пользу нового зрелища состоял в том, что оно дешево, общедоступно, дает возможность ознакомиться с творчеством лучших артистов самые отдаленные города и деревни. Приблизительно в 1910—1912 годах разгорается острая полемика между киножурналистикой и театральной прессой, в ходе полемики киножурналистика систематически исследует выразительные средства экрана и приходит к принципиально важному заключению: кино – это новое искусство. Логическим его следствием было требование к фильму правдиво изображать действительность.

Первую попытку изучения ранней русской киномысли предприняла в 30-е годы В. Росоловская. Она утверждала: «Последовательно-хронологический разбор их (статей разных авторов. – А.Ч.) невозможен, так как никакой преемственности и логической связи между ними нет. Они возникали почти всегда независимо друг от друга»¹³. Этот вывод резко контрастировал с наблюдением историков кино: фильмы, скажем, 1913, 1915, 1917 годов нельзя спутать, они резко различаются по стилистике. Более поздние исследования подтвердили, что и довоенная киномысль развивалась с исключительной быстротой и интенсивностью. Начало эстетической мысли, посвященной театру, живописи, музыке, литературе, затерялось, как однажды выразился венгерский теоретик искусства Бела Балаш, в тумане предисторического времени. Кино дало уникальную возможность проследить с самых первых дней развитие новой ветви эстетических представлений, соотнести их с эпохой, уровнем развития искусства и вместе с тем по-новому рассмотреть вопрос об общих закономерностях формирования эстетической мысли.

Как правило, искусство обгоняет эстетическую мысль. Известная их автономность удачно выявлена в парадоксе литературоведов Веллека и Уоррена о Шекспире: если погрузиться в мир эстетических представлений конца XVI – нача-

¹³ Росоловская В. Из истории кино. – Искусство кино, 1936, № 6, с. 55. См. также: Росоловская В. Кинематография в 1917 г. Материалы к истории. М.—Л., 1937.

ла XVII веков, ничто не укажет, что в эту эпоху творил Шекспир. Напротив, ранняя русская киномысль, у истоков которой стоят такие деятели культуры, как А.М. Горький, Л.Н. Толстой, В.В. Стасов, А.С. Серафимович, К.И. Чуковский, В.В. Маяковский, Андрей Белый, Леонид Андреев, обгоняла в своей значимости те наивные, несовершенные фильмы, которые ее вызвали к жизни.

* * *

Если читатель, закрывая эту работу, составит себе представление об истории раннего русского кино по газетам и журналам того времени, вникнет в суть споров, протекавших на их страницах, увидит в этих спорах зерно будущего расцвета кино, автор будет считать свою задачу выполненной.

Часть I. «Я УКАЖУ ВАМ ПРАВИЛЬНЫЙ ПУТЬ» (1907-1914 годы)

Известно множество исторических анекдотов о первых шагах кинематографа в России. Рассказывают, например, что зрители в страхе прятались под кресла, когда впервые видели на экране поезд. Подобное случилось в провинции и в 1910 году, то есть через полтора десятилетия после первых сеансов, устроенных братьями Люмьерами. Кино входило в русскую жизнь медленно, причинами тому были техническая отсталость страны, ее огромные пространства и неповоротливость властей. Россия начала производство игровых картин намного позднее других европейских стран, только в

1908 году. Киножурналистика тоже появилась у нас позже, чем во Франции, Англии, Германии.

На нее возник спрос, когда регулярно стали выходить новые фильмы и потребовалось их рекламировать. Долгое время фильмов было наперечет, по дорогам страны кочевали бродячие «иллюзионщики». Вместо экрана вешали простыню, зрители рассаживались на скамейках, механик крутил ручку проектора – представление «живая фотография» начиналось. В перерывах между короткими фильмами выступали циркачи, певцы, танцовщицы. На рубеже XIX и XX веков кино считали аттракционом, который смотрят только один раз. Опубликовав отчеты о первых сеансах в России в 1896 году, русская пресса на протяжении целого десятилетия упоминает о кино крайне редко, обычно в связи со скандалами. Сообщается, например, что от владельца проекционного аппарата сбежал механик с запасом лент, или о пожарах во время сеанса. Пожары были настоящим бичом: пленку изготавливали на горючей основе, она нагревалась в проекторах, сеансы устраивали в непригодных помещениях.

Накануне первой русской революции в крупных городах появляются стационарные кинотеатры. Выяснилось, что зритель охотно придет сюда снова, если будет демонстрироваться новый фильм. «Театровладельцам» пришлось заботиться о постоянном обновлении репертуара. Покупать копию фильма и дорого и бессмысленно: очень быстро картина пе-

рестает делать сборки. Но она с успехом может идти где-нибудь в другом месте. Создается система проката.

Зрители еще не замечали разницы между игровыми лентами и хроникально-документальными. Первый русский историк кино в конце 1911 – начале 1912 года так характеризовал эволюцию фильма: вначале не-подвижной камерой снимали движение: прибытие поезда на вокзал, волны, бьющиеся о скалы. Затем пришла пора увлечения съемками движущейся камерой, в первую очередь пейзажей вдоль железнодорожных путей. Далее последовало «воспроизведение исторических сцен, исполненных с помощью жалких остатков костюмерных магазинов при старых, каких ни попало декорациях». В 1903 г. началась мода на трюковые съемки, прежде всего на пропуск ленты в обратном направлении. С 1906—1907 годов ставят мелодрамы, «погоны», «спасения»¹⁴.

Сам того не замечая, кинолетописец выделил два этапа раннего фильмопроизводства: сначала поиск новых форм передачи движения, затем интерес к сюжету, имитацию театральных сцен. На втором этапе производство игровых лент быстро возрастает.

Владельцы кинотеатров должны узнать, какие новинки предлагают им прокатные конторы. Для этой цели особенно подходит журнал: он сможет объединить объявления десят-

¹⁴ Краткий исторический очерк сценической постановки в кинематографе. – Кине-журнал, 1911, № 22, 24; 1912, № 1,

ков мелких прокатных контор и вдобавок будет публиковать статьи на важные для читателя темы: о конъюнктуре рынка, о технике показа фильмов. Получал распространение взгляд, что кино можно применять в науке, для нужд образования, делались попытки снимать сцены из спектаклей. Журналу предстояло определить перспективы дальнейшего развития кино. Очень характерно, что русская киножурналистика начиналась с журнала: ему в большей степени, чем газете, присуща способность формировать общественное мнение¹⁵.

С 1907 года интерес к кино проявляют люди разных политических взглядов, разных художественных вкусов. Летом 1907 г. в Финляндии, в Куоккале, происходит знаменательный разговор о роли кино в общественной жизни, в нем участвует В. И. Ленин. Он впервые связывает фильм с буржуазной пропагандой. В июльской книжке «Весов» печатается статья Андрея Белого о кино, своего рода «объяснение в любви» новому зрелищу.

Почти одновременно два журнала открывают на своих страницах разделы, посвященные кино. С апреля 1907 года в Петербурге под редакцией известного изобретателя и журналиста И. Зарубина начинает выходить ежемесячный журнал «Новости граммофона». В его программе «говорящие машины» (граммофон, фонограф) и «живая фотография».

¹⁵ Сравнение типов периодических изданий см. в кн.: Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. Задачи и теоретико-методологические принципы изучения. М., 1981.

В № 1 кинематограф назван «одним из величайших изобретений конца XIX в.», и редакция обещает в ближайшем будущем дать «полное описание кинематографа с иллюстрациями», но вместо этого в последующих номерах публикует либретто и рекламные объявления французской фирмы братьев Пате.

В августе 1907 года появляется приложение «Кино», вклейка в журнале «Светопись», посвященном фотографии и выходившем в Москве под редакцией известного фотографа И.Д. Перепелкина. В приложении печатались статьи о технических проблемах: о применении светофильтров, съемке на цветную пленку, ремонте киноаппаратуры.

Таким образом, одновременно были предприняты две сходные попытки установить место кино в ряду изобретений XIX века – «Новости граммофона» уподобляли «движущуюся фотографию» звукозаписи, «Светопись» видела в кино новый шаг в развитии фотографии.

Московский издатель Самуил Викторович Лурье (1872—1944) первоначально рассчитывал пойти тем же путем, что и Зарубин: он задумал журнал, посвященный не только кино, но и «говорящим машинам», и выбрал для него соответствующее название – «Сине-фоно». Однако кино оказалось более широким полем деятельности, чем предполагал издатель, и с первого же номера журнал стал специализированным кинематографическим.

День выхода первого номера «Сине-фоно», 1 октября

1907 года, можно считать днем рождения русской киножурналистики.

* * *

«Сине-фоно» просуществовал более десяти лет, оказавшись самым долговечным из киноизданий начала XX века. Он начал выходить за год до появления первого русского игрового фильма, а прекратил свое существование летом 1918 года. Кино за эти годы изменилось до неузнаваемости. В одном из первых номеров «Сине-фоно» помещено объявление, предлагавшее театровладельцам для демонстрации в антрактах между короткими фильмами лилипута, двенадцатипудового великана и даже удава – боа-констриктора. А в последнем его номере (№ 5-6, 1918) сообщалось о выходе едва ли не лучшей картины русского буржуазного кино – «Отец Сергий» Я.А. Протазанова.

Сам журнал, вначале 10-страничный, без единой иллюстрации, увеличил свой объем за эти годы в десять-пятнадцать раз. Расширился круг тем. Статьи на узкоспециальные технические темы сменились статьями о роли кино в современном мире, об особенностях фильма в сравнении со спектаклем. Обогнав, на целых два года западную киномысль, «Сине-фоно» осенью 1912 года стал доказывать: кино – это новое искусство. В «Сине-фоно» выдвинулись первые в нашей стране киножурналисты-профессионалы. Отлично оформленный, журнал был удостоен золотых медалей на Брюссельской выставке 1912 года и на Лондонской 1913

года. О том, как журнал понимал свое предназначение, говорит претенциозный эпиграф, долгое время открывавший его номера: «Я укажу вам правильный путь».

В эти слова Лурье вкладывал прежде всего коммерческую саморекламу: подписчик будет лучше ориентироваться в новой технике и конъюнктуре рынка, получит возможность увеличить сборы. Однако эпиграф можно было прочесть и иначе: журнал укажет путь молодому, утверждавшемуся в жизни кинематографу, поможет ему быстрее овладеть умами и сердцами людей.

Вторая задача оказалась намного сложнее первой. Решив не связывать себя ни с одной из конкурировавших прокатных контор, Лурье поставил себе целью получать рекламные объявления о новых фильмах от всех сразу. Поскольку его журнал был первым, этого добиться поначалу было легко. Труднее было сохранить со всеми рекламодателями хорошие отношения, они отчаянно враждовали между собою. Лурье, рассыпаясь в комплиментах всем и каждому, хвалил без исключения все фильмы. А если журнал его и затрагивал болевые точки кинематографа, то всегда в крайне осторожных выражениях, не называя фамилий. Результат – неизбежная беззубость, комплиментарность. В годы, когда решались исторические судьбы России, по экрану шествовали «графья и князья», благородные разбойники, элегантные дамы полусвета. Народной жизни, народных героев экран не знал. А «Сине-фоно», обещавший указать правильный путь, без-

молвствовал.

И все же «Сине-фоно» оставался, по верному определению современника, «лейб-журналом русского дореволюционного кино». Кто был первый русский киноиздатель?

До и после «Сине-фоно» Лурье переменял множество профессий: математик по образованию (окончил Киевский университет), он преподавал, занимался репетиторством, в послеоктябрьские годы был чтецом, театральным актером на комические роли, директором кинокартины, снабженцем. В 1930-е годы выступил с крупной статьей «Л. Толстой и кино» в «Литературном наследстве». Но «Сине-фоно» стал главным делом его жизни.

Мысль заняться издательской деятельностью пришла к Лурье, когда в кино, как в любое новое дело, сулившее доходы и не требовавшее крупных вложений, устремились коммерсанты: одни открывали кинотеатры, другие мечтали начать производство фильмов.

Лурье решил зарабатывать деньги не в кино, а рядом с ним, в киножурналистике. Прокатные фирмы тратят крупные суммы на рекламу. Почему бы не воспользоваться сложившейся ситуацией? С самого начала выяснилось, что журнал находится фактически под полным контролем фирм-рекламодателей, и его мнимая независимость стала темой нередких язвительных нападок со стороны менее удачливых конкурентов.

Журналы, посвященные литературе, театру, музыке, жи-

вописи, фотографии, существовали за счет подписки и розничной продажи, а также благодаря поддержке меценатов. Лурье первым понял, какие новые возможности обогащения таит в себе киножурналистика.

В семейном архиве покойного профессора ВГИКа Николая Дмитриевича Анощенко хранится неопубликованная рукопись его воспоминаний «Те, кто летали». В начале века Анощенко связал свою судьбу с двумя его «чудесами», кино и авиацией. В 1910 году 16-летним подростком он выпустил первую свою книгу «Практическое руководство в постройке летательных моделей». Тремя годами позднее о нем широко писали газеты: он состязался с военным летчиком Дыбовским, кто быстрее преодолеет расстояние между Москвой и Севастополем: Дыбовский на самолете или Анощенко пешком. Победил Анощенко, обогнав соперника на полтора суток. В дальнейшем Н.Д. Анощенко – первый начальник МВО Красной гвардии.

Нашей темы непосредственно касается один эпизод деятельности этого талантливой человека. Осенью 1913 года он возглавил отдел в новом «независимом» журнале «Кинотеатр и жизнь». Этот журнал выпускал его старший брат Александр, впоследствии тоже видный деятель советского кино, сценарист и режиссер. В рукописной книге Н.Д. Анощенко одна из глав названа «Дела кинематографические». В ней содержится единственное в своем роде свидетельство современника о финансовой стороне выпуска «независимых»

предоктябрьских киноизданий, в частности «Сине-фоно».

Автор приводит следующее характерное рассуждение своего брата Александра:

«— Сейчас нужно издавать независимый журнал, который дипломатически будет хвалить продукцию то одной фирмы, то другой, не продаваясь целиком ни одной из них. Такая позиция позволит стричь их всех, а не довольствоваться мздой только с одной фирмы. Предположим, что сначала не все крупнейшие фирмы и агентства дадут нам свои объявления, хотя, откровенно говоря, я не вижу к этому причины. Наш журнал должен издаваться на хорошей бумаге, с прекрасными рисунками, в обложке. К сотрудничеству мы привлечем самые лучшие силы, это стоит сравнительно дешево. Я уже прикидывал, что себестоимость выпуска каждого номера такого журнала нам будет обходиться рублей в 500. Заметьте, что это я брал на самый худой случай, когда ни типография, ни цинкография не будут делать нам даже обычных скидок с цен их прейскуранта.

Итак, тираж каждого номера нашего журнала в количестве полутора тысяч экземпляров нам будет обходиться максимум-максимумом в 500 рублей. Ну, допустим, что даже не в 500, а в 600 рублей. Или даже в 800! Все равно! Видите, как я осторожен в своих коммерческих расчетах. Итак, записываю на правую фолию: кредит – 800 рублей!

И Александр на лежавшем перед ним листе бумаги справа крупно написал: расход 800 рублей.

– Так. Теперь подсчитаем приход. Заметьте, что я совершенно не учитываю поступлений от продажи журнала и от подписки на него. Цену на него нам выгодно назначить небывало-низкую, чтобы поднять тираж и побить наших конкурентов.

Я думаю, что гривенника будет достаточно. Дадим газетчикам вместо 30% скидки 50. Это заставит их наш журнал вывешивать на видное место и навязывать его своим посетителям. Значит, мы продаем каждый экземпляр по пятаку. С общего тиража в 1500 экземпляров я скидываю 500 экземпляров на «возврат» и на бесплатную рассылку. Остается – тысяча. Тысяча экземпляров по 5 копеек может дать приход всего в 50 рублей. Зачеркиваем эту нищенскую сумму и будем считать ее вне наших расчетов. Итак, мы имеем: стоимость выпуска каждого номера 800 рублей и приход от продажи его – ноль рублей. Спрашивается, из-за чего же тут стараться?

Вот видите этот журнал? Это «Сине-фоно». Я подсчитал: в нем имеется всего 64 страницы, из которых редакционным текстом занято всего 12, а 52 – фирменными объявлениями.

Цена на объявления: перед текстом и среди него – 150 рублей за страницу и позади 100 рублей. Тираж у этого журнала такой же, как и у нашего, но я учитываю, что нам нужно просто снизить платы за объявления. Я осторожно считаю, что мы будем брать по 100 рублей за страницу перед текстом и по 90 – после него. При годовых заказах будем делать скид-

ку так, что я в своих расчетах принимаю в среднем прихода с каждой страницы объявлений в нашем журнале всего 80 рублей. Другими словами, для того, чтобы нам окупить все расходы по изданию, нам надо, чтобы в каждом номере имелось всего 8—10 страниц объявлений.

Ведь для этого же нужно всего две-три крупных фирмы. Не забывайте, что мы будем иметь огромное преимущество перед конкурентами в том, что мы будем выпускать журнал вдвое чаще, чем они. Другими словами, реклама фирм будет вдвое быстрее доходить до потребителя. Это ведь тоже что-нибудь да значит! Но будем в наших расчетах перестраховываться осторожностью в цифрах. Итак, допустим, что у нас в каждом номере журнала количество объявлений будет даже вдвое меньше, чем в «Сине-фоно», то есть не 52 страницы, а всего 26. Множим 26 на 80, получаем 2080, или, закругляя, – 2 тысячи. Записываем эту цифру прихода на левую линию.

И Александр с удовольствием записал на бумажке крупными цифрами: «2000 р.».

– Проводим черту. Итого, сальдо от каждого номера журнала в нашу пользу не меньше 1200 рублей. Будем еще осторожнее и исчислим чистую прибыль от выпуска (понимаете, не от продажи, а только от выпуска) каждого номера журнала всего в 1000 рублей. В год мы выпускаем 52 номера, следовательно, при самых неблагоприятных условиях расчетов выходит то, что в год наша чистая прибыль будет никак не меньше пятидесяти тысяч!.. Понимаете, дело гарантирован-

ное. Я все обдумал до мельчайших деталей. Все учтено»¹⁶.

Приведенные Н.Д. Анощенко расчеты показывают, что любой «независимый» журнал мог существовать исключительно за счет рекламных объявлений. То же подтверждал сам Лурье, который, прощаясь с читателями, в последнем номере «Сине-фоно», перед его закрытием, признавался: «Мы никогда не рассчитывали на нашего подписчика как на материальное подспорье для нашего издания»¹⁷. Он ставил себе в заслугу, что давал в течение долгих лет подписчикам за ту же цену журнал в десять раз большего, объема, чем популярные «Огонек» и «Нива». На деле же подписчики получали своеобразный «толстый тонкий журнал», где объем подготовленного редакцией текста был меньше, чем в тонких «Огоньке» и «Ниве», а главную часть каждого номера составляли рекламные объявления, списки новых фильмов и либретто, которые оплачивали фирмы.

В первые годы нового века рекламные объявления стали главным средством субсидирования прессы, а печатный орган киножурналистики создавался исключительно ради объявлений¹⁸.

¹⁶ Цит. по: Анощенко Н.Д. Те, кто летали, гл. 46, с. 3—5, рукопись (с разрешения его сына Н.Н. Анощенко, у которого рукопись ныне хранится).

¹⁷ Сине-фоно, 1918, № 5—6, с. 14.

¹⁸ В период 1900—1915 гг. сумма рекламных доходов газеты «Русское слово» выросла с 49 700 до 1 249 200 руб. См.: Фединский Ю.И. Материальные условия издания русской буржуазной газеты. — Вести. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика, 1980, № 2, с. 31.

В 1913 году «Сине-фоно» приносил своему издателю свыше 50 тысяч рублей прибыли. В 1907 году, когда Лурье только начинал дело, доход был значительно меньше, но уже был твердым, гарантированным. Фирмы, привлеченные скидкой, договаривались с издателем, что предоставят объявления из номера в номер на протяжении целого года. Единственное их требование – достаточно крупный тираж. Для этого Лурье в течение года бесплатно рассылал «Сине-фоно» всем желающим. Как сообщалось в № 19 (1907– 1908), таковых набралось полторы тысячи. Среди них преобладали случайные лица.

Когда бесплатная рассылка журнала прекратилась, тираж упал, со временем его удалось снова поднять, но и в 1913 году, когда киносет в России значительно расширилась, тираж «Сине-фоно» был по–прежнему 1500 экземпляров. Поскольку число кинотеатров в предвоенной России равнялось 1000—1500, а число прокатных контор не достигало ста, этот тираж следует признать максимально возможным. В дальнейшем расширении читательской аудитории, в превращении кинозрителя в читателя издатель не был заинтересован.

В программной статье первого номера «Сине-фоно» перечислены категории читателей, которым адресовался журнал: «театральные директора со своими веселыми сценами, фабриканты аппаратов и лент и торговцы ими, хозяева зданий, в которых происходят представления световых картин».

В 1907 году только на такой круг постоянных читателей и можно было рассчитывать. Характерно, что в этом перечне не нашлось места для творческих работников кино: их поначалу мало, они бедны, кино для многих из них только средство побочного заработка, они пытаются повторять в кино технические приемы старых искусств и психологически еще не готовы стать постоянными подписчиками посвященного кино журнала¹⁹.

Опыт Лурье многим не давал покоя, но никому не удалось его повторить. Прогорел, в частности, «Кинотеатр и жизнь» А.Д. Анощенко. Он не получил объявлений от кинематографических фирм и был остановлен издателем на шестом номере. Анализ содержания «Кинотеатра и жизни» открывает причину общей враждебности клана кинопромышленников к новому журналу. Они ждали похвал в свой адрес, а «Кинотеатр и жизнь» начал выступать со статьями о неблагоприятных нравах киносреды, печатать отрицательные рецензии на фильмы, называя «драмоделов» по именам. Естественно, дельцы были единодушны в желании покончить с возмутителем спокойствия.

Н.Д. Анощенко рассказывает, что его брат отправился на поклон к всемогущему главе кинофирмы Ханжонкову и

¹⁹ Перед началом первой мировой войны профессионализация закрепляется, однако порою и современные историки безосновательно, на наш взгляд, отказываются выделять творческих работников кино начала XX века в самостоятельную группу. См.: Лейкина-Сквирская В.Р. Русская интеллигенция в 1900—1917 гг. М., 1981.

услышал: «Никто вам объявлений не даст. Незачем. Мы поговорили между собой и решили, что еще один лишний журнал, да еще «независимый», как вы пишете на нем, никому из нас не нужен».

Это принципиально важное свидетельство мемуариста. Помимо находившейся на виду у публики конкуренции-вражды существовал еще тайный сговор коммерсантов, осуществлявших корпоративную негласную цензуру над отраслевой печатью. Все они были кровно заинтересованы в том, чтобы никогда не появился отраслевой журнал, действительно независимый. Очень характерно, что Ханжонков в неопубликованной части своих воспоминаний «Возникновение и развитие русской кинопромышленности» (1934) отметил: с Лурье «...у меня были, несмотря на конкуренцию между издаваемыми нами киножурналами, всегда прекрасные отношения»²⁰.

Любой новый «независимый» журнал должен был чем-нибудь привлекать внимание подписчиков, но издателям приходилось думать прежде всего о том, как поддержать хорошие отношения со всеми рекламодателями, прокатчиками и фабрикантами. «Сине-фоно» выпускался в Москве – столице кинопроката, позднее и кинопроизводства, издатель мог оперативно откликнуться на требования дня.

В Ревеле прокатчик Р.Я. Кергема предпринял в 1913 году издание небольшого, по четыре страницы в номере, журна-

²⁰ ЦГАЛИ, ф. 987, оп. 1, № 18, л. 119.

ла «Курьер синематографии», однако на третьем номере его прекратил. В Эстонии не было развитой киносети, и объявления в журнале, с точки зрения фирм, оказывались нерентабельными.

В Петербурге, городе наибольшего числа кинотеатров в России, идея создать конкурирующий с «Сине-фоно» журнал казалась особенно привлекательной. Но трем петербургским журналам, «Вестнику кинематографов в Санкт-Петербурге» (1908), «Вестнику живой фотографии» (1909) и «Кинокурьеру» (1913), приходилось ограничиваться лишь хроникой текущего репертуара петербургских кинотеатров, которые столь же отчаянно враждовали между собой, как фирмы, денег же на рекламу имели значительно меньше. «В Петербурге до сих пор специального кинематографического органа не было. Мы берем на себя нелегкую задачу восполнить, по возможности, этот пробел», – сообщал в программной статье «Кинокурьера» (№ 1) его редактор-издатель А.Ф. Пономарев, не желая, разумеется, вспоминать своих незадачливых предшественников²¹. Однако «нелегкую задачу» и ему выполнить не удалось. «Вестник кинематографов в Санкт-Петербурге» просуществовал два месяца, «Вестник живой фотографии» – полтора, «Кинокурьер», сразу же рассорившийся с театровладельцами, закрылся на третьем номере.

Между тем до начала широкого фильмопроизводства, в

²¹ Кинокурьер, 1913, № 1, с. 5.

условиях малоразвитой киносети, иного журнала, чем «независимый», для предпринимателей быть не могло. Еще не создалось условий, позволявших отдельной фирме открыть собственное издательское дело, и журнал мог существовать только при совокупной поддержке ряда мелких кинопредприятий.

Казалось бы, поле деятельности такого журнала предельно сужено. Но между издателем и читателем находился посредник – журналист, лицо, не заинтересованное в прибыли. Издатели, пристально следившие, чтобы журнал не портил отношений с рекламодателями, были почти безразличны к содержанию статей о роли кино в современном мире, о приобретении к искусству громадной аудитории. Были безразличны к таким темам и читатели, в большинстве своем малообразованные. Редкое исключение среди театровладельцев – интеллигентный С.М. Никольский из Белгорода, который рассказывал: «В ответ на то, почему господа театровладельцы не борются с тлетворным репертуаром, слышались взрывы хохота: – Деньги нам нужны, а не идеи»²².

Киножурналисту нужно было иметь много мужества, чтобы в такой атмосфере работать, не зная дороги к массовому кинозрителю. Серьезные проблемные статьи занимали в «Сине-фоно» лишь малую часть объема и казались чужеродными на фоне многостраничной крикливой рекламы. Неудивительно, что постоянный круг авторов сформировал-

²² Пегас, М., 1916, № 9—10, с. 131.

ся лишь на третьем-четвертом году существования журнала. Это были энтузиасты кино, верившие в его великое будущее, мечтавшие это будущее приблизить.

* * *

Театровладельцам-читателям статьи «Сине-фоно» казались слишком серьезными, сложными и по форме, и по содержанию. Их жажду развлекательных, сенсационных материалов решил удовлетворить Роберт Давидович Перский, энергичный, неразборчивый в средствах прокатчик, бросивший вызов Лурье.

Своеобразен был его путь к успеху. В начале 1909 года московский помощник присяжного поверенного С.Я. Зоммерфельд, прельстившись легким успехом «Сине-фоно», начал выпускать конкурирующий с ним журнал «Кинемо»²³. Он не смог заручиться рекламой новых фильмов, но получил объявления от фирм, изготавливавших съемочную аппаратуру и кинопроекторное оборудование. Так как техника кино обновлялась сравнительно редко, число объявлений неминуемо вскоре должно было сократиться, и Зоммерфельд продал Перскому права на издание (с № 14) прогоравшего журнала.

Личность Перского выразительно характеризует эпизод, относящийся к 1911 году, когда он приступил к собственному фильмопроизводству. В ту пору нередким явлением в

²³ Цензурное разрешение от 9 февраля 1909 г. См.: ЦГИА, Ф. 776, оп. 16, ч. 2, № 477.

кинематографической среде были «срывы»; когда одна фирма сделает фильм, разрекламирует его, а другая кое-как, всего за несколько дней снимет одноименный и, воспользовавшись чужой рекламой, «сорвет» успех. Перский же попытался «сорвать» премьеру в Московском Художественном театре.

Наследники Л.Н. Толстого передали театру для первой постановки еще не опубликованную пьесу «Живой труп» с тем, чтобы ее текст был издан одновременно с премьерой. Перский, разузнав сюжет пьесы, за несколько дней смастерил получасовой фильм «Живой труп», чтобы выпустить его на экран до театральной премьеры. Разразился скандал, общественное негодование заставило дельца отсрочить кинопремьеру²⁴.

Известно и несколько других сходных историй, свидетельствующих, что Перский не брезговал плагиатом. В начале 1910 года «Сине-фоно» (№ 8, 1909-1910) поместил редакционную статью, доказавшую, что он в «Кинемо» напечатал большую чужую статью под собственным именем. Репутация «Кинемо» оказалась испорченной, издание было прекращено.

Однако Перский был, по определению его современника Ханжонкова, «человеком со стальными нервами и крепким

²⁴ См.: Толстая. Александра. Письмо в редакцию. – Театр и жизнь. Спб., 1911, № 6, с. 3—4.

характером»²⁵, и его почти немислимо было заставить отступить. Зная, что «Сине-фоно» печется не столько о нравственности прессы, сколько о том, чтобы отделаться от конкурента, он немедленно откупил у Н.И. Кагана только что открытый им «Кине-журнал» (его название – аналог названия крупного парижского издания «Cine-journal»).

«Кинемо» при Перском и «Кине-журнал» на протяжении всего его существования отмечены жадной сенсации, скандала. В 1909 году в отраслевой печати еще не появлялось критических разборов отдельных лент, но Перский, чтобы привлечь к «Кинемо» внимание читателей, публикует в № 20 под видом письма в редакцию разгромную издевательскую рецензию на фильм фирмы Пате «Отелло». Сам он представлял в России другую французскую фирму, Гомон, последовательно ее продукцию расхваливал. Прошедший незамеченным, забытый даже историками кино, «Отелло»²⁶, несомненно, был плох (даже мавр был в нем белым), но в 1909 году художественный уровень всех картин был крайне низок. Однако балаганный тон рецензии, где предлагалось переименовать «Отелло» в «Таинственное убийство в спальне молодой девушки», оказался для русской киножурналистики внове: Перский, в отличие от Лурье, не стремился сохранить хорошие отношения со всеми кинодеятелями, он рвал-

²⁵ ЦГАЛИ, ф. 987, оп. 1, № 18, л. 78 (об.).

²⁶ В учебнике «Краткая история советского кино» (М., 1969, с. 435) ошибочно утверждается, что первая экранизация «Отелло» была осуществлена в 1923 г.

ся в бой, он хотел во что бы то ни стало заставить говорить о себе читателей-подписчиков.

В части погони за сенсацией не было разницы между Перским-кинопромышленником и Перским-издателем.. Среди картин, которые его фирма выпустила в прокат и рекламировала, были, например, драмы и комедии под следующими характерными названиями: «На стезе греха», «Заблуждение любви», «В лапах рока», «Петля измены», «Три отца одной дочери», «Человек – аквариум» («Кине-журнал», 1913, № 1). В журнале давались наивно-сенсационные аннотации на каждую картину, о фильме «Человек-аквариум» говорилось: «Человек с феноменальным двойным желудком – проглатывает двадцать живых жаб, двадцать золотых рыбок, сто бокалов пива, через некоторое время все возвращается обратно – рыбки и жабы живыми». В № 2 (1913) читатель «Кине-журнала» мог узнать, как для опыта звукового фильма снимали певицу, певшую арию в клетке со львом, в № 13 – о том, что во время съемок французскую артистку Мистингет ударили по голове не картонным молотком, как должны были, а настоящим: «Та упала с воплями ужаса, обливаясь кровью». Однако, став осторожнее, Перский уже не высмеивал в «Кине-журнале» потенциальных рекламодателей, старался, подобно Лурье, сохранить хорошие отношения со всеми.

Выбранная Перским маска простака-развлекателя понравилась театровладельцам, на его журналы растет спрос, и прокатчики, обнаружив это, начинают помещать в них ре-

кламные объявления. «Кине-журнал» приносит прибыль, увеличивается в объеме, обгоняет «Сине-фоно». В 1913—1914 годах в его номере нередко более 200 страниц, из которых редакционного текста может быть только 10. На его обложке значится: «Самый большой в мире, самый распространенный в России». Журнал приносит Перскому рекордный доход — более 100 тыс. рублей в год.

Если бы в статьях «Кине-журнала» последовательно проводилась скрытая реклама фирмы-издателя, конкуренты давали бы объявления крайне неохотно. Но журнал стал значить для Перского больше, чем фирма, приносить ему больший доход. Преуспевающий издатель, Перский остался по-прежнему мелким прокатчиком и кинофабрикантом. Такой журнал превращать в филиал кинофирмы было неразумно. Логика событий подсказала Перскому-издателю другой путь: по примеру «Сине-фоно» сохранять нейтралитет в борьбе фабрикантов, но в отличие от «Сине-фоно» развлекать читателей. Порою за шуточками журнала скрывалась горечь. Отличалось, например, афористической емкостью двестишье о нравах довоенной кинематографической среды:

Мы все звери в дикой роще,
Все плюем друг другу во щи!²⁷

Историк раннего русского кино С.С. Гинзбург аттестовал «Кине-журнал» как «откровенно «желтый» и безграмот-

²⁷ Кине-журнал, 1915, № 5—6, с. 107.

ный»²⁸. Точнее было бы сказать, что этот журнал характеризуется отсутствием позиции. В потоке пошлых и пустых статей попадаются интересные, серьезные. Заслуга журнала – публикация «Краткого исторического очерка сценической постановки в кинематографе», первой в русской прессе статьи, посвященной развитию кино на заре его существования. Среди авторов журнала – В.В. Маяковский и Д.Д. Бурлюк. Но редактор-издатель не пытался объединить материалы единым стержнем-замыслом, и поэтому статьи нередко одна другой противоречили.

* * *

После выхода на экраны осенью 1908 года первого русского игрового фильма «Стенька Разин, или Понизовая вольница» производство фильмов в России растет быстрыми темпами. В 1909 году было поставлено 23 картины, в 1911 – 76, в 1913 – 129²⁹. Хотя доля отечественных фильмов в русском прокате оставалась до первой мировой войны незначительной, не превышала 10 процентов, иностранные фирмы почувствовали для себя угрозу. Первой всполошилась французская фирма Пате, которая до 1908 года почти монопольно контролировала русский экран³⁰. С августа 1910 года

²⁸ Г и н з б у р г С. С. Кинематография дореволюционной России. М., 1963, с. 14.

²⁹ См.: Художественные фильмы дореволюционной России. Сост. Вен. Вишневский. М., 1946.

³⁰ См.: С а д у л ь Ж. Всеобщая история кино., т. 2, М., 1958, с. 283.

она предприняла издание в России рекламного еженедельника «Синема-Пате». Примеру Пате последовали две другие французские фирмы – Гомон и Эклер. Их небольшие журналы «Наша неделя» и «Эклер-журнал» (позднее был преобразован в «Вестник Эклер») в основном ограничивались рекламными объявлениями фирмы-издателя и статьями, проникнутыми скрытой рекламой.

В «Вестнике Эклер» (№ 20, 1914) помещена рекламная шутка, раскрывающая смысл издания не только этого еженедельника, но и остальных подобных: владелец кинотеатра разочарованно смотрит на пустую кассу – это до показа картин фирмы Эклер. Во время показа – золото льется потоком к нему в руки. После показа – его не узнать, он стал богачом!

К 1914 году развитие кино и в России и за границей привело к определенному изменению стилистики фильмов, повышению их художественного уровня. Но французские фирмы считали Россию отсталой страной, куда следует сбывать залежалый товар, и приемы рекламы во французских киноизданиях на русском языке отличались примитивной грубостью. Например, в «Нашей неделе» (№ 2, 1913) помещено притворное осуждение, видимость критики фильма фирмы Гомон, где главный эпизод следующий: «Женщина борется с пантерой и, наконец, падает под ударами ее страшных лап, вся окровавленная». Журнал с деланным возмущением восклицает: «Как согласилась артистка на подобный ужас... Куда же мы идем?» На деле подобная «критика» – форма за-

маскированной рекламы, рассчитанной на невзыскательный вкус.

Рекламность, проникшая в статьи, и дешевое шутовство присутствовали порой и в подобных журналах русских фирм. Но в них всегда можно было найти и серьезные проблемные и аналитические статьи, а в журналах французских фирм их не было.

С 1910 года создаются и первые журналы русских кинофирм. К этому времени фирмы стали крупнее, их владельцы поняли, что на средства, требовавшиеся на публикацию 5—6 страниц рекламных объявлений, можно выпустить номер собственного журнала. Для фирмы с годовым оборотом, превышающим миллион, расходы на издание журнала оказывались незначительными, а между тем открывалась возможность более активно воздействовать на выбор театровладельцев.

Самые крупные кинопромышленники дореволюционной России, Ханжонков, Ермольев и Харитонов, выпускали собственные журналы. Тот, кто своих изданий не имел, неизбежно проигрывал в борьбе. Именно это произошло с пионером русского игрового кино Дранковым. Он публиковал свои объявления в «Сине-фоно», «Кине-журнале», позднее в «Театре и искусстве», и здесь его картин не бранили. Зато их прямо-таки мешали с грязью журналы фирм-конкурентов, а защищаться от нападков, не имея своего журнала, Дранков не мог.

Обусловленное обострением конкурентной борьбы за кинорынок появление журналов фирм косвенно вело к повышению качества картин. Утверждая свою фирму, новые журналы не только нападали на ее конкурентов, они пытались выработать положительную программу: определить, в каком направлении должно кино воздействовать на зрителя, как лучше использовать арсенал выразительных средств, накопленных старыми искусстваами до появления кино. Теперь внимательнее читались журналы конкурентов, пресса начала влиять на творческий процесс.

Однако «Сине-фоно» и отчасти «Кине-журнал» создали традицию «независимости» отраслевой прессы. Считалось хорошим тоном связь с фирмой маскировать. Только один журнал «Кинематографический театр» открыто с самого начала признавал, что его издателем является петербургский торговый дом «Продафильм». Остальные, особенно на первом этапе своего существования, пытались выдавать себя за «независимые».

Ханжонков, прежде чем предпринять в Москве издание крупного, поставленного на широкую ногу журнала своей фирмы «Вестник кинематографии», провел эксперимент. Он выпустил в мае 1910 года в Ростове, где у него была прокатная контора, филиал московской, под видом «независимого» один номер журнала «Экран и сцена». Связь журнала с фирмой обнаружить легко: на десяти страницах текста три положительных упоминания фирмы Ханжонкова – о ней

анонимный автор пишет подобострастно, о других говорится лишь с презрением. В очерке «Синематограф в текущем моменте» о «первой в России фабрике Дранкова» сказано, что она «неглижирует исполнением и побивает рекорд небрежности».

Ханжонков, по-видимому, хотел определить реакцию как общей, так и отраслевой печати на неприкрыто завербованный журнал. Он опасался нападков или, хуже того, насмешек. Но этого не произошло.

Тогда с конца 1910 года формально не связанные с его фирмой сначала А.И. Иванов, затем Г.А. Леонов выпускают «Вестник кинематографии», «журнал беспристрастный и независимый». Примерно в течение года, стремясь завоевать новому изданию авторитет, Ханжонков действительно избегает в нем саморекламы. Но затем с 1912 года в «Вестнике кинематографии» появляется та же самореклама фирмы, что и в его ростовском собрате.

По любому поводу печатаются фотографии Ханжонкова. «Вестник» усердствовал, превознося даже самые заурядные фильмы фирмы. Лента «В морской пучине» охарактеризована как производящая «потрясающее впечатление как замыслом, так и выполнением задачи», а другая, «Сердце не выдержало», названа «великолепной картиной большой внутренней силы» (№ 28, 1912). Как важную новость журнал сообщал, что Ханжонков «имел счастье» поднести великой княгине снимки финансируемых им богоугодных заведе-

ний (№ 1, 1914) и т. д.

Когда и фирма и журнал упрочили свое положение, секрет полишинеля раскрылся. № 41 (1912) подзаголовок «журнал беспристрастный и независимый» исчез, и через несколько номеров появился новый гриф: «Издатель – правление акционерного общества «А. Ханжонков и К°».

Ханжонков рассказывает в воспоминаниях: «С декабря 1910 года к двум кинематографическим журналам присоединился еще один. Это был двухнедельный журнал «Вестник кинематографии», в рождении которого повинен я. К мысли издать свой журнал я пришел, видя, что обороты фирмы «А. Ханжонков и К°» возрастают, функции ее расширяются до всероссийских масштабов, а существующие журналы «Сине-фоно» и «Кине-журнал» недооценивают значения фирмы»³¹.

Вскоре главный конкурент Ханжонкова в Ростове прокатное объединение «Ермольев, Зархин и Сегель» также под видом «независимого» журнала начинает выпускать «Живой экран». Ростов становится центром кинопроката юга России, включая Кавказ. Ханжонков, чтобы укрепить свои позиции на юге, также открывает в Ростове – снова якобы «независимый» – журнал «Синема». Через несколько месяцев он переименовывает его в «Кинема» и, подсказывая читателю,

³¹ Ханжонков А.А. Первые годы русской кинематографии. М., 1937, с. 46. В Кинословаре ошибочно утверждается независимость журнала на первом этапе его существования: «Вначале издание принадлежало частному лицу...» См.: Кинословарь, т. 1, М., 1966, с. 288.

что этот журнал и «Вестник кинематографии» тесно связаны, вводит одинаковое шрифтовое оформление их обложек.

«Кинема» откровенно бесцветен и отражает бездарность своего редактора А.М. Барлинского, выступавшего с графоманскими стихами. Совсем иное дело – «Вестник кинематографии», им фирма не без основания гордилась.

О яркой, противоречивой личности Александра Алексеевича Ханжонкова написано немало. Историки кино его сравнивают с такими магнатами-самородками, как Мамонтов, Морозов, Третьяков. Расчетливый фабрикант, ворочавший миллионами, безжалостный к конкурентам, и в то же время человек широкого кругозора, одним из первых в России увидевший огромные возможности кино, не жалевший средств для поднятия его художественного уровня, – таким стал этот отставной есаул.

Его фирма создала первый в мире полнометражный фильм «Оборона Севастополя» (1911), добилась крупных успехов в области объемной мультипликации, проводила многочисленные эксперименты по внедрению в кино цвета и звука. Ханжонков проявил себя и как одаренный творческий работник, режиссер, позднее сценарист.

Его серьезное любовное отношение к кино было в среде кинопромышленников явлением исключительным. К нему тянулись лучшие творческие кадры – автор «сценариуса» «Понизовой вольницы» В. Гончаров, режиссеры Е. Бауэр и П. Чардынин, пионер русской мультипликации В. Старе-

вич, «звезда» дооктябрьского кино И. Мозжухин. Некоторые позднее покинули фирму, перешли к конкурентам, но Ханжонков продолжал находить таланты.

В журналистике противоречивость личности Ханжонкова проявилась с особой наглядностью: он требовал от «Вестника кинематографии» аляповатой, примитивной рекламы подряд всех своих картин (возможно, такая реклама соответствовала неразвитому вкусу читателей). Одновременно его журнал печатал глубокие теоретические статьи, взял курс на создание русского национального кинорепертуара, стал требовать не только уважительного отношения к кинозрителю, но и воспитания зрительского вкуса, наконец, первым в России начал уделять регулярное внимание неприбыльным научному и учебному кино.

Косвенное признание заслуг журнала подтверждается единственным в своем роде фактом: с начала 1913 года «Вестник кинематографии» и «Сине-фоно» по договоренности редакций чередуют свои двухнедельные выпуски. Тем самым журнал фирмы приравнивался по значению к «независимому» старшему собрату.

* * *

Крупный петербургский кинотеатр перед первой мировой войной в течение только одного вечера вмещал вдвое больше зрителей, чем было подписчиков у любого из специальных журналов, например, у «Сине-фоно». Как превратить зрителя в читателя кинопрессы? Зритель, безусловно, нуждался в

либретто: без него содержание несовершенного фильма могло остаться непонятным. Кинотеатрам, в свою очередь, требовались рекламные объявления, анонсы предстоящих программ.

Киножурналистика для зрителей появилась почти одновременно со специальной, адресованной фабрикантам, и сразу же оказалась стесненной предельно узкими рамками: фирмы не проявляли к ней интереса и не давали субсидий, а кинотеатры были бедны. Издания постоянно прогорали.

В октябре 1908 года посетителям нижегородских кинотеатров начали бесплатно вручать у входа крохотную газетку «Театральное либретто». Она выходила два раза в неделю и публиковала исключительно рекламные объявления кинотеатров и либретто фильмов.

В январе 1909 года вышел один номер киногазеты в Москве. «Электру» выпустил 15-летний гимназист, в будущем видный кинодеятель В. Чайковский. В брошюре «Младенческие годы русского кино» (Л., 1928) он подробно описал этот свой первый издательский опыт, сообщив, что газета была отпечатана тысячным тиражом и продавалась в фойе нескольких кинотеатров в течение месяца. Покупали ее, по видимому, из любопытства, как новинку: либретто в ней относились к уже сошедшей программе. В номер были включены юмористическая сценка и крохотная рецензия: эти материалы свидетельствовали, что кино может стать темой газетных выступлений.

Между тем и издатель нижегородского «Театрального либретто» Вяч. Успенский решает свое издание реорганизовать: с января 1909 года начинает публиковать серию фельетонов под общим названием «Записки театрала», а затем делает издание платным и переименовывает его в «Театрал».

Программа одного сеанса состояла в эту пору, как правило, из пяти-шести короткометражных картин и менялась дважды в неделю. Чтобы издания не превращались в скучные гроссбухи либретто, их нужно было адресовать зрителям одного или нескольких близрасположенных кинотеатров, желательно бы одного, поскольку остальные – его конкуренты. Но издавать собственную газету или журнал владелец кинотеатра решался редко. Зафиксировано лишь три подобных опыта, и все они кончились быстрой неудачей: с конца октября 1910 года до января 1911 года выходил журнальчик «Кинемаколор» при петербургском «шикарном» кинотеатре «Казино де Пари», вышло 12 номеров; в августе 1913 года в Гатчине, месте отдыха состоятельных петербуржцев, издавалась при местном кинотеатре газета «Наш кинематограф», вышло 4 номера; дольше всех просуществовало «Либретто электротeatра «Палас» в Нижнем Новгороде.

Владельцы нескольких кинотеатров попробовали объединиться для совместного издания. Но и эта форма оказалась нежизнеспособной: каждый старался завлечь публику к себе. Московский журнал «Новости экрана» (1913—1914) вначале объединял четыре кинотеатра, а закончил как орган двух.

Наиболее подходящей для крупного города с развитой киносетью оказалась киногазета – четырехполосная, выходящая два раза в неделю со сменной первой полосой. На первой полосе программа только одного кинотеатра, его реклама, анонсы и либретто. Зрителю внушалось, будто данный кинотеатр так заботится о нем, что для него, не скупясь на расходы, выпускает периодическое издание. Конечно, поверить такому было трудно: в соседнем кинотеатре тот же зритель мог, скажем, на следующий день получить как две капли воды похожую газету с другой первой полосой. Тем не менее в предвоенные годы газета стала своеобразной визитной карточкой любого крупного кинотеатра. На второй и третьей полосе чаще всего печатался развлекательный материал, на четвертой – торговая реклама.

Подобные газеты выходили в 1911—1913 годах в Москве, Киеве, Одессе. «Киевский кинематограф» в 1911 году имел от 4 до 7 сменных первых полос. Особенно распространены были они в Петербурге, городе наибольшего количества кинотеатров (на январь 1914 года их насчитывалось 171)³². Здесь одновременно постоянно печатались крупными тиражами две-три газеты, имевшие порою до 40 сменных первых полос. Самые большие тиражи отмечены в 1911 году, когда увлечение киногазетами только началось и почти сразу же достигло апогея: петербургское «Обозрение кинематографов» в № 4 сообщило, что его тираж равен 45 тыс. экзем-

³² См.: Кинема-омниум, Спб., 1914, № 14.

пляров, а начавшая выходить несколькими месяцами ранее и в ту пору единственная киногазета города «Петербургский кинематограф» в № 16 извещала, что ее тираж – 60 тыс. экземпляров.

В высокоразрядных кинотеатрах с ценой билета до 1 руб. 50 коп. газеты раздавались бесплатно, порою постоянным посетителям они даже рассылались на дом; в обычных, где билет стоил около 30 коп., – продавались. Всего между 1908 и 1914 годами выходило 24 киногазеты, и многие из них даже названиями были схожи. В Петербурге издавались, например, «Петербургский кинематограф», «Обозрение кинематографов», «Обозрение кинематографов, скетинг-рингов, увеселений и спорта», «Обозрение Санкт-Петербургских кинематографов, скетинг-рингов и театров», «Петербургское обозрение театров, кинематографов и скетинг-рингов».

В подавляющем большинстве материал газет никак не был связан с текущими событиями, и поэтому определить, в каком году вышел номер, порою удается только по выходным данным. Анекдоты, курьезные случаи, рассказы о преступниках и сыщиках, о роковой безответной любви, о загробном мире, о вампирах, ребусы и шарады, советы по домоводству, советы врача, кулинарные рецепты. Завлекая читателя-зрителя прийти вновь в тот же кинотеатр, печатали роман-фельетон с продолжениями. Иногда появлялись заметки на актуальные политические темы, они вытеснили, в частности развлекательные публикации в № 23 и 24 (1914) газе-

ты «Обозрение кинемо-театров Санкт-Петербурга», вышедших в первые дни после объявления войны.

Отсутствие аналитических материалов о кино в предвоенных киногазетах отражало переходный этап в общественном мнении: узкий круг профессионалов-искусствоведов убежден в огромных творческих возможностях кино, все чаще эта мысль становится достоянием широких кругов интеллигенции, но к массовому зрителю она еще не успела проникнуть. Регулярный посетитель кинотеатра еще психологически не готов сделаться регулярным читателем статей о кино.

В театральных программах тоже не было статей о сценическом искусстве, но такие статьи, рецензии на новые спектакли, творческие портреты актеров зритель находил в общей печати и в распространенных журналах «Театр и искусство», «Рампа и жизнь», «Театральная газета». Театральные программы часто были приложениями к журналам³³ и порою продавались в розничной продаже в комплекте.

В предвоенные годы уже остро ощущалась необходимость в кинопросветительстве. Появлялись первые кинознаменитости, публика уже специально ходила на фильмы с участием Асты Нильсен и Макса Линдера. Хороший журналист мог бы повести сначала разговор об особенностях работы актера в кино, потом шире – о кинорепертуаре. Однако киногазеты таких журналистов не выдвинули, они поддерживали устой-

³³ См: Театральная периодика. Сост. В. Вишневский. Часть I. 1774—1917. М.–Л., 1941.

чивый стереотип, что кино внимания не заслуживает.

Подобного рода массовая кинопечать длительного срока не могла просуществовать, и к началу войны одна за другой газеты закрываются. С удивительной быстротой они завоевали крупные города, с такой же прекратили свое существование. Во-первых, этому способствовал интенсивный переход к «длинным», полнометражным картинам – потребность в либретто сократилась, уменьшилось число фильмов, возросла подробность изображения поступков и психологии действующих лиц. Во-вторых, приобрел распространение печатный киноплакат: он сделался главным средством рекламы фильма. В-третьих, киногазета, устранявшаяся от серьезного разговора со зрителем о кино, перестала отвечать требованиям времени, возникла необходимость в издании нового типа, учитывающем перелом в общественном отношении к кино. В-четвертых, с началом войны появляется бумажный дефицит, растут издательские и типографские расходы.

Между тем поиски нового типа массового киноиздания продолжались. С декабря 1913 года маленький журнальчик «Кинема-омниум» первым стал печатать программы всех кинотеатров Петербурга, вместо либретто, анекдотов и шарад в нем публиковались аннотации фильмов размером в несколько строк и небольшие развлекательные статейки о кино. Любопытно, что первоначально он выходил с подзаголовком «ежедневная газета», а позднее именовал себя «жур-

налом кинематографии». Издатели массовых киноизданий между журналом и газетой не видели существенной разницы.

Массовые киноиздания, не давшие ничего для развития киномысли, однако, представляют интерес как определенный социальный феномен. Раннее русское кино тесно связано с начальным этапом становления «массовой культуры» в России³⁴. «Массовая культура» активно вторгалась и в массовые киноиздания. Издатели периодики, забыв о долге сеять «разумное, доброе, вечное», ставили перед собой только коммерческие задачи. В те годы еще не говорили о манипуляции сознанием, но она уже широко применялась, и киногазеты, схожие между собой, как бы выпускавшиеся на конвейере, должны были не только удовлетворять возникший спрос на информацию, на либретто, но и создавать новый, в первую очередь на фильмы. Газеты, порожденные конъюнктурой рынка, имели определенный трафарет. Трафаретность при видимом многообразии – характерная черта «массовой культуры».

³⁴ См.: Зоркая Н.М. На рубеже столетий. У истоков массового искусства в России 1900-1910 годов. М., 1976.

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.