

Публика и зрители советских праздников 1920–1930-х гг.

Елена В. Барышева

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, barysheva.ev@gmail.com*

Аннотация. В данной статье предпринимается попытка рассмотреть публику на этапе ее складывания в раннесоветский период как специфическую общность зрителей, слушателей, посетителей различного рода театрализованных представлений. Способность восприятия и понимания языка искусств, наличие эстетических представлений и социальных установок формировались различными средствами, среди которых наиболее эффективными были государственные праздники. Праздничная культура первых десятилетий советской власти была ориентирована на активное массовое участие граждан в мероприятиях. Зрители не должны были оставаться безучастными к проводимым государством праздникам, в первую очередь революционным. Роли зрителя и актера/участника театрализованных праздничных действий объединились в пространстве праздничной культуры. Задача идеологического воспитания советских граждан подразумевала вовлечение их в массовое действо. На форму активного участия возлагались надежды на воспитание коллективизма, складывание социальной идентичности и формирование духовных ценностей. Изучение государственными и общественными организациями состава праздничной публики и зрительского интереса оказывало помощь в разработке методических рекомендаций по проведению праздничных мероприятий. В статье рассматриваются приемы и методы изучения публики в праздничной практике социального конструирования «нового» человека в 1920–1930-е гг.

Ключевые слова: праздничная культура, публика, зритель, социальное конструирование, кинохроника

Статья поступила в редакцию 27 апреля 2023 г.;

принята к публикации 12 мая 2023 г.

Для цитирования: Барышева Е.В. Публика и зрители советских праздников 1920–1930-х гг. // История и архивы. 2023. Т. 5. № 3. С. 56–70.
DOI: 10.28995/2658-6541-2023-5-3-56-70

Audience and spectators of Soviet holidays in 1920s – 1930s

Elena V. Barysheva

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia, barysheva.ev@gmail.com*

Abstract. This article attempts to consider the audience as a specific community of spectators, listeners, and visitors of various performances at the stage of its formation in the early Soviet period. Numerous means were used to form the ability to perceive and understand the language of arts, aesthetic ideas and social attitudes; among which public holidays were the most effective. The festive culture of the first decades of Soviet government was focused on the active citizens' mass participation in the events. The public was not supposed to remain indifferent to the holidays held by the state, primarily revolutionary ones. The roles of the spectator and the actor/participant of theatrical festive performances united in the space of festive culture. The task of Soviet citizens' ideological upbringing meant their involvement in mass action. Active participation was supposed to foster a sense of collectivism, to form social identity and spiritual values. The state and public organizations' study of the festive audience composition and spectator interest contributed to the development of methodological recommendations for holding festive events. The article discusses the techniques and methods of studying the audience in the festive practice of social construction of a “new” person in the 1920s–1930s.

Keywords: Festive culture, audience, spectator, social construction, news film

The article was submitted 27.04.2023;
accepted for publication 12.05.2023.

For citation: Barysheva, E.V. (2023), “Audience and spectators of Soviet holidays in 1920s – 1930s”, *History and Archives*, vol. 5, no. 3, pp. 56–70, DOI: 10.28995/2658-6541-2023-5-3-56-70

Современные подходы к изучению публики как объекта исследования

Понятие «публика» – от латинского *publicum* – означает значительное число людей, собравшихся для какой-либо цели. В социологии культуры под публикой понимаются люди, находящиеся в позиции зрителей, слушателей, посетителей. В основе формирования публики как специфической социально-психологической

общности лежат способность восприятия и понимания языка искусств, наличие эстетических представлений и социальных установок.

В связи с этим в отечественной науке публика изучается в историко-культурных, историко-искусствоведческих и историко-психологических исследованиях. Публике посвящены работы известного российского культуролога Н.А. Хренова [Хренов 2022]. Обращаясь к проблеме взаимоотношения коммуникации и культуры, автор исходит из важности изучения коммуникативных механизмов. Хренов исследует историю возникновения публики как феномен в фокусе теории коммуникации. Его концепция исходит из идеи о театрализации социума как закономерного этапа в становлении российской культуры [Хренов 2010; Хренов 2018].

Попытка систематизации концепций понятия «публика» в отечественной и западной социологии предпринята Е.А. Лосевой-Демидовой. Автор отмечает, что на сегодняшний день сложился целый ряд концептуальных подходов к изучению публики как объекту исследования, среди которых социолог выделяет основополагающие работы, где публика рассматривалась как форма массы или толпы (Г. Тард, С. Московичи, Г. Ле Бон, К. Ясперс). Обогащение концептуального аппарата, накопление и осмысление фактического материала привело к появлению новых концепций, которые выделяет автор: публика как социальная группа, публика как агрегат, публика как группа-ассоциация, публика как способность, публика как сеть связей. При этом Е.А. Лосева-Демидова предложила собственное определение публики как общность людей, различающихся по социодемографическому признаку, мотивациям, целям, установкам, но объединенных интересами, определенными ценностями и существующими в бесконтактной форме общения [Лосева-Демидова 2010, с. 26]. Важность основополагающей идеи Г. Тарда о публике как социальной общности подчеркивается в исследовании А.В. Загребиной [Загребина 2010].

Большое внимание публике уделяется в исследованиях, посвященных театру. Отечественные культурологи размышляют о современных тенденциях в культуре зрелищ. В поле их зрения также оказываются вопросы эмоциональной насыщенности театрализованного пространства общественной жизни [Московских 2019]. Публика рассматривается как составной элемент театрального зрелища [Сапаров 2009].

В последнее время появляются и работы, в которых раскрываются поиски новых театральных приемов, направленных на взаимосвязь театра и публики на рубеже XIX–XX вв., особенности восприятия публикой театрального искусства в переходные периоды [Ивинских 2019], а также процессы становления нового теат-

ра в условиях революции и гражданской войны [Хубулова 2019]. О становлении в 1920-е гг. нового типа эмансипированного зрителя размышляет Е.А. Богатырева [Богатырева 2016].

Публика в России: из истории складывания и трансформации

История складывания публики как социально-культурной общности в России характеризуется рядом особенностей. К их числу следует отнести длительное сохранение сословных иерархических структур, определявших не только культурные ценности различных сословных групп, но и недоступность сферы «высокой» культуры для большинства населения страны. Так, низшие сословия, составлявшие большинство населения, практически не имели доступа к образованию, были лишены возможности свободного передвижения. В результате реформ Петра I, направленных на европеизацию страны, в России произошел культурный раскол общества. Возникла культура дворянской элиты, доступа к которой большая часть народа не имела [Ионов 2003, с. 170–171].

В XIX – начале XX в. очень медленно, но все же шло расширение российской культурной публики за счет роста числа образованных людей (чаще из числа разночинцев). Однако революция 1917 г. стала новым шоковым сценарием для развития российской публики как культурно-исторической общности. Культурные ценности элиты периода Российской империи оказались в оппозиции и подавлялись культурными ценностями массового общества, возникающими и поддерживаемыми властью в новой России.

Публика советских государственных праздников

Созданная в советское время система государственных праздников призвана была решать задачи как воспитательные, педагогические, так и политические и идеологические. В связи с этим в проводимых мероприятиях ставка делалась на массовое участие, и при этом не оставались без внимания их зрители, публика.

Государственные праздники как политические ритуальные акты (повторяющиеся, запрограммированные, срежиссированные, традиционные) играли роль «поля коммуникативных практик» [Романов 2000], на котором порождаются политические дискурсы. В ходе праздничных мероприятий помимо вербальных знаков дискурса – речей политиков и государственных деятелей, использовались невербальные знаки – флаги, плакаты, портреты, декорации и т. д.

Это способствовало концентрации чувства патриотизма и коллективной самоидентификации участников и зрителей. Эмоциональное, приподнятое настроение, создаваемое различными приемами, давало ощущение радости, удовлетворенности. Как и любое другое зрелище, праздники имели своего зрителя.

Рассматривая публику торжеств, проводившихся в первые десятилетия советской власти, следует обратить внимание на ее неоднородность. В связи с этим одной из целей была попытка наладить коммуникацию власти и общества, хотя она и носила в большей степени иллюзорный характер.

Еще в 1919 г. в отделе театра и зрелищ Наркомпроса для подготовки к празднованию 1 мая 1920 г. была создана Секция массовых представлений и зрелищ. Э. Шуб, в будущем советский режиссер, монтажер, вспоминала, что в этой секции разрабатывались сценарии проведения массовых праздников, в том числе на открытом воздухе, с участием актеров, певцов, оркестра, хора. Уже тогда целью ставилось вовлечение широких народных масс зрителей в ход действия¹. Сценарии масштабных празднеств в дни революционных праздников, подготовленные Секцией массовых представлений и зрелищ ТЕО в 1920-е гг., подразумевали вовлечение в праздничные мероприятия «широких народных масс не равнодушных и безучастных зрителей..., а живую толпу... Эта толпа... сама становится и участницей, и зрительницей»².

По определению наркома просвещения А.В. Луначарского, народные празднества стали «главным художественным порождением революции», что было следствием, по его словам, порождением «подлинной демократии». Чтобы чувствовать себя, «массы должны внешне проявить себя», и при этом «они сами являются для себя зрелищем», – утверждал он³.

Описывая новые советские праздники, А.В. Луначарский полагал, что когда массы организованно проходят под музыку, танцуют, поют хором и демонстрируют гимнастические упражнения, придавая народным шествиям идеологическую сущность, выражая «надежды, проклятия и всякие другие эмоции народа», тогда и «остальные, неорганизованные массы», наполняющие улицы и площади городов и деревень в дни праздников, равняются на организованную часть населения, таким образом: «весь народ демон-

¹ См.: *Шуб Э.* Крупным планом // Шуб Э. Жизнь моя – кинематограф. М., 1972. С. 45.

² Диспут о массовом действе // Вестник театра. 1920. № 49. С. 5–6.

³ *Луначарский А.В.* О народных празднествах // Луначарский А.В. О массовых празднествах, эстраде и цирке. М.: Искусство, 1981. С. 84–89.

стрирует сам перед собой свою душу»⁴. Тем самым Луначарский заявлял, что зритель и участник представляют единое целое, если праздник правильно выстроен как идеологически, так и организационно.

Позже, в 1925 г., он подчеркивал, что в ходе праздника «движущаяся толпа должна представлять собой зрелище для толпы, стоящей на тротуарах и смотрящих из окон»⁵.

Изучение массовых праздников не ограничивалось только приемами и методами их проведения. Важной составляющей частью стало обращение к непосредственному зрителю. А.И. Пиотровский – один из организаторов первых праздничных мероприятий, – анализируя достоинства и недостатки проведения праздников в 1920 г., ставит вопрос о взаимоотношениях «зрителей и актеров в празднестве»⁶.

Делая упор на «массовом действе» как наиболее подходящей форме праздника для пролетарского зрителя, советский художник и теоретик искусства Алексей Ган утверждал в 1922 г., что пришло время избавляться от театральной культуры прошлого. Отдавая приоритет новой, «чистой» форме «массового действия», Ган провозглашал единство зрителей и актеров⁷.

Интерес представляет описание работы Первого театра РСФСР над изучением в 1920–1921 гг. нового зрителя и вовлечением его в театральное действо, хотя и не законченное в связи с закрытием театра. Проводившееся в театре анкетирование зрителей дает представление, в частности, о смешанном социальном составе зрителей этого театра. Большинство театральной аудитории (из 2000 опрошенных) состояло из рабочих, красноармейцев, советских служащих, партийных работников, а также учителя, курсанты, интеллигенция с высшим и средним образованием. Первое место по количеству занимали рабочие. Размышления о «новом зрителе», его вкусах, реакциях на театрально-революционные опыты 1920-х гг. приводили к выводу о неоднородности зрительской аудитории, дифференциация ее по степени ее сознательности и восприимчивости революционной культуры: «Правая часть зрительного зала объединяется в общем негодовании против революции, наступающей публику даже в театре. При этом наблюдается ...и повышенная

⁴ Там же.

⁵ См.: *Луначарский А.В.* К участию в празднике привлечь массы // Луначарский А.В. О массовых празднествах, эстраде и цирке. С. 124–125.

⁶ *Пиотровский А.И.* Празднества 1920 года // Пиотровский А.И. За советский театр. Л.: Academia. 1925. С. 17.

⁷ См.: *Ган А.* Борьба за «массовое действо» // О театре. Тверь, 1922. С. 49–81.

эмоциональность, находящая выход в грубых и гневных окриках по адресу автора и исполнителей»⁸.

Однако пролетариат, по мнению Б.И. Арватова, одного из основателей «Левого фронта искусств (ЛЕФ)», нуждался в другом типе театра, в отличие от «станкового» театра с закрытой сценой. Театр должен был уйти от камерных спектаклей к рабочим гуляниям, передвижным труппам на улицах и площадях городов⁹.

Современники указывали на отличительные особенности зрителя таких массовых празднеств от театрального зрителя. В отличие от последнего, зритель массового праздника, демонстрации, которое вынесено на улицу, не только наблюдает за действием. Толпа зрителей неоднородна, не ограничена в размерах: она может уменьшаться или увеличиваться в зависимости от того, сколько желающих соберется «посмотреть» на демонстрацию. Состав зрителей не только не постоянен, но он и ничем не связан в своем поведении. При этом случайный зритель наиболее эмоционален в своем восприятии происходящего, в отличие от зрителя театрального. Вливаясь в ряды демонстрантов, «присоединяясь к их играм и развлечениям, подтягивая песню, отбивая такт, заговаривая и обмениваясь шутками с актерами передвижной площадки, он стирает грань между зрителем и действующим и превращается непосредственно в активного участника шествия»¹⁰. В связи с подвижностью состава зрителей сложности вызвала важнейшая задача его учета.

Особенность восприятия зрителем политических ритуалов зависела, в первую очередь, от его социального облика, возраста, пола и т. д. Методисты, занимавшиеся изучением праздников, отмечали: «Ясно, что партиец или комсомолец будут совершенно иначе реагировать на зрелище демонстрации, чем высококвалифицированный “спец” или нэпман. Девушка в красном платочке – работница с фабрики “Скороход”, или шустрый малец с пионерским галстуком, побегут за авто, разбрасывающим листовки, прицепятся к раскрашенному трамваю, вмешаются в толпу играющих, поющих демонстрантов, в то время как котиковое манто будет жаться к стенкам домов». Зритель, чуждый духу массового праздника, и останется только зрителем, он не замешается в яркую, живую толпу праздника. Эта категория включает наибольший процент случайного

⁸ Загорский М. Театр и зритель эпохи революции: (из черновых набросков по анкетным материалам Первого театра РСФСР) // О театре. С. 102–112.

⁹ См.: Арватов Б. Театр как производство // О театре. С. 113–122.

¹⁰ См.: Сулович Р.Р. Зритель массового праздника // Массовые празднества: сборник комитет социологического изучения искусств. Л.: Academia, 1926. С. 191.

зрителя, вышедшего «пофланировать» Первого мая, а уж, кстати, и посмотреть на демонстрацию. Иное дело тот зритель, который еще с раннего утра толпится у места сбора и по углам маршрутных улиц. Эти зрители стараются найти наиболее выгодное для просмотра место, и это их объединяет. Восприятие зрителя зависит и от погодных условий: в хорошую, солнечную погоду «зритель идет особенно густо, праздничное настроение обеспечено». Это характерно, по большей части, Первомайскому празднику. В дни октябрьских демонстраций, в ноябре погода могла быть совершенно не подходящей для зрителя: дождь, снег, сильный ветер и даже «чересчур сильный мороз». Так, в 1925 г. «поднявшийся ветер и снег часам к двум разогнал значительную часть собравшихся зрителей»¹¹. При этом движение колонн не было остановлено, что свидетельствовало о разнице в поведении «организованных» колонн демонстрации и ее зрителей.

Еще одним фактором, способствовавшим привлечению большего числа зрителей, была топография городского пространства. Широкие улицы, перекрестки центральных улиц, площади, на которых мест для зрителей было достаточно, и они не были оцеплены милицией, а открыты для желающих, привлекали больше публики.

Зритель собирается и в тех местах, где происходит что-то интересное: около оркестра, у повозок и автомобилей с различными установками, имитировавшими различные средства производства: от типографских станков до доменных печей¹².

Желание привлечь большое число зрителей постоянно подталкивало партийных и государственных деятелей к привлечению все большего числа зрителей и участников.

А.В. Луначарский рассказывал о неосуществленном замысле сценария массового действия на празднике Третьего Интернационала на Красной площади в Москве (режиссер Марджанов), который предполагал 50 000 зрителей¹³.

Советским государственным аппаратом был создан действенный институт государственного регулирования массово-развлекательных мероприятий, посвященных 1 мая, революционным годовщинам и юбилеям. Агитпропотдел ЦК ВКП(б), научно-методическое общество «Международный красный стадион», Сектор искусств и массовых мероприятий Наркомата просвещения и Культсектора ВЦСПС, секция массовой художественной работы, главное управление по делам художественной литературы и искусства

¹¹ Там же. С. 191–192.

¹² См.: *Сулович Р.Р.* Указ. соч. С. 193.

¹³ См.: *Луначарский А.В.* Праздник революции // Луначарский А.В. О массовых празднествах, эстраде и цирке. С. 92.

Наркомата просвещения РСФСР (Главискусство), Государственный институт истории искусств (ГИИИ) занимались разработкой методических рекомендаций, готовили кадры массовиков-организаторов парадных шествий и демонстраций. Немаловажное значение имела деятельность этих организаций по привлечению к праздничным мероприятиям широких масс населения. Так, например, Государственная академия художественных наук в Москве, занимавшаяся вопросами изучения театральной деятельности, в 1928 г. отчитывалась на страницах Бюллетеня ГАХН о мероприятиях по ознаменованию десятилетия Октября. Среди групп и секций современного театра, революционного театра и других отделов работала и комиссия по изучению зрителя, которая проводила анкетирование зрителей, разных категорий трудящихся, анализировала записи реакции зрителей, записанных группой обследователей¹⁴. Аналогичные опросы зрителей и участников проходили среди участников демонстраций.

В 1926 г. Е. Рюмин, анализируя прошедший 1–2 мая праздник на Каланчевской площади в Москве, отмечал, что по самому минимальному подсчету в два вечера на постановке присутствовало до 70–80 тыс. зрителей. Интересен расчет исследователя – исходя из расчета три человека на один квадратный аршин¹⁵. Критикуя проведенную массовую постановку, несмотря на высокую оценку красочности зрелища, Рюмин обращал внимание на отсутствие в ходе праздника энтузиазма, активности зрителей, «соиграния», сотворчества их с актерами. Он утверждал, что массы уже не удовлетворены пассивной ролью зрителя, а хотят участвовать, при этом «растворяясь в коллективе участников зрелища». Именно в этом заключался в представлении организаторов массовых праздников путь, по которому должен пойти массовый театр. От массового зрелища праздники должны были перейти к массовому действию-празднеству. Из этого вытекали следующие задачи: перейти от «неорганизованных толп зрителей, от “ходьнки” – к массам зрителей-соучастников, организованных в коллективы»¹⁶.

Степень воздействия праздничного ритуала на зрителей была усилена за счет его художественно-эстетического оформления, которое находилось под пристальным вниманием и регулировалось государственными и партийными органами. Таким образом у зрителей в ходе праздника формировались общественные эмоции.

¹⁴ См.: Бюллетень ГАХН. 1927/28. № 10. С. 37.

¹⁵ См.: Рюмин Е. Первое мая на Каланчевской площади // Советское искусство. 1926. № 6. С. 65.

¹⁶ Там же. С. 67.

Неотъемлемой частью советских государственных праздников были красочно оформленные массовые гимнастические выступления физкультурников. Это оказывало неизгладимое впечатление как на самих граждан, так и на зарубежных корреспондентов, освещавших события праздника. Построения спортсменов создавали у зрителей праздника особое психологическое состояние, формирующееся за счет быстрых переходов от устойчивости к неустойчивости. Организованность и оптимизм формировались через динамично организованное и активное построение, движения участников в этом случае были энергичны и строго выверены. Неорганизованные построения, напоминавшие толпу, могли, наоборот, вызвать смтение. Пристальное внимание власти к физкультурным парадом обосновывалось партийными теоретиками тем, что физические упражнения и движения «широко могут быть использованы... для зрелищ как массового развлекающего характера, так и агитационного и даже пропагандистского» так, как «с помощью физических движений можно с успехом выразить почти всякую идею, придавая ей живую наглядную форму»¹⁷.

Массовые шествия трудящихся демонстрировали стремление советского государства внушить зрителю чувство единения каждого с народом.

Расширению круга зрителей праздничных мероприятий способствовал кинематограф.

Эффективность идеологического воздействия на массы во многом зависела от создания унифицированного пространства коммуникации, простирающегося на всю территорию страны, в котором важную роль играли радио и кино.

В дни государственных праздников стали активно использоваться возможности радиовещания. Радиотрансляции с праздничных демонстраций начинаются в 1920–1930-е гг. Эти трансляции стали значимой и наиболее распространенной формой воздействия на общественное сознание. В отличие от печатных средств массовой информации и пропаганды – газет и журналов – радио имело значительно больше возможностей воздействовать на аудиторию: отсутствовал барьер уровня грамотности, стирались географические границы, усиливалась вовлеченность слушателей. Радиовещание на центральных площадях городов и деревень непроизвольно привлекало внимание слушателей и заставляло вслушиваться в содержание передач, формировало желание соучастия «в деле социалистического строительства». Регулярное и одновременное прослушивание одних и тех же программ разными людьми формировало их общность.

¹⁷ Массовые гимнастическо-спортивные инсценировки / Под общ. ред. М.Г. Собецкого. Л., 1924. С. 4.

Первый радиорепортаж с праздничного парада и демонстрации трудящихся на Красной площади в Москве состоялся 7 ноября 1925 г. Огромное впечатление оказали на слушателей не только выступления с трибуны Мавзолея М.И. Калинина, К Цеткин и др., но и звуки оркестров и приветствий колонн¹⁸.

Сохранившаяся в Государственном архиве РФ программа Первомайских радиопередач 1 мая 1930 г. дает представление о содержании вещания в праздничные дни. В 9 часов начиналась прямая трансляция демонстрации с Красной площади, из районов и с улиц столицы. Предполагалось сообщать и о заторах во время прохождения колонн, что должно было свидетельствовать о массовости праздничного шествия. Репортеры с микрофонами в руках непосредственно с улиц городов сообщали слушателям всей страны о царившем на улицах праздничном настроении горожан. Диктор должен был детально представить и «картинку» праздничной Москвы: как выглядит город с аэростата, как движутся колонны демонстрантов, конница, войска, танки, автомобили. Трансляция прерывалась на всесоюзную переключку демонстрантов из разных городов¹⁹.

В 1930-е гг. появился новый жанр – радиofilm, отличительными чертами которого стали рельефность, изобразительность и живописность аудиовпечатлений. Среди первых советских радиofilmов для истории массовых праздников представляет интерес «Великий день», посвященный празднованию в стране первомайских торжеств 1932 г.

Звуковой и зрительный ряд революционных праздников довольно скоро оказался перенесенным и на киноэкраны. Идеологический посыл советского кинематографа отразился в фильмах, которые в той или иной степени затрагивают тему праздничных парадов и демонстраций в повседневной жизни советского человека. Уже первомайские торжества 1918 г. были сняты Петроградским кинокомитетом.

Основной акцент в культурно-революционном кинематографе был сделан на неигровое кино. В 1920-е гг. в кинематографе начинает складываться новый жанр – историко-революционная эпопея. Так, например, снятое режиссером Б. Светловым в 1920 г. театрализованное действо «Взятие Зимнего дворца» (в постановке Н. Евреинова) давало возможность увидеть его не только участникам и присутствующим свидетелям, но и гораздо более широкому кругу зрителей. Фильмы этого жанра должны были вызывать эмоциональный отклик общества на революцию как на праздник,

¹⁸ См.: Радио – всем. М., 1925, № 4–5. С. 67.

¹⁹ ГА РФ. Ф. Р-4346. Оп. 1. Д. 452. Л. 26.

формировать у зрителя восприятие исторического события в версии заданного идеологического сценария.

В дальнейшем праздничные демонстрации и парады нашли отражение в ряде документальных фильмов Э. Шуб: «Великий путь» (1927 г.), «Сегодня» (1929–1930). «Великий путь», снятый к десятилетию Октябрьской революции, построенный также по методу монтажа подлинной кинохроники 1917–1927 гг., был показан массовому зрителю в ноябре 1927 г. Первые советские демонстрации и парад физкультурников 1924 г. были продемонстрированы таким образом, чтобы зритель успел запомнить события. Красочный парад физкультурников показан и в художественном фильме Г. Александрова «Цирк» (1936 г.).

Во второй половине 1930-х гг. для распространения информации и пропаганды парадов кинокамеру стали использовать активнее. Кинохроника, запечатлевшая физкультурный парад на Красной площади в Москве 24 июля 1938 г., вошла в документальный фильм «Цветущая молодость», который ежедневно демонстрировался в «Новостях» в 15 кинотеатрах Москвы. С учетом того, что кинохроника обязательно предвляла показ всех художественных фильмов, зрительская аудитория была весьма значительной.

Заключение

Советские государственные праздники в раннесоветском обществе использовались как один из важных и эффективных механизмов коммуникации.

Театрализованные постановки на улицах и площадях советских городов, шествия и демонстрации трудящихся масс привлекали внимание населения. Анализ массовых государственных праздников, изучение зрителей и их реакции на увиденное способствовали трансформации сценариев праздников. Зритель превращался из стороннего наблюдателя в непосредственного участника. Привлечение публики к участию в массовых праздничных мероприятиях, в том числе и спортивных, способствовало формированию чувства коллективизма и социальной идентичности.

Важнейшие идеи, мысли, соображения, связанные с праздником, переживались и осваивались участниками и зрителями, становясь со временем их идеями и превращая их в социально-культурную общность – «публику» праздничных мероприятий.

В процессе коллективного переживания праздника люди испытывали наибольший эффект сопричастности не только

по отношению к конкретному мероприятию, но и к событию, которое стало причиной праздника.

Научные работы государственных и общественных организаций по изучению праздничных практик свидетельствовало о том, что власть придавала большое значение праздникам как способу идеологического воспитания советского общества. Особый интерес представляют проведенные исследования зрительского восприятия праздников, дававшие власти материал для критического осмысления собственной деятельности.

Радио и кинематограф стали новыми коммуникативными технологиями, которые давали возможность максимальному числу слушателей и зрителей почувствовать атмосферу праздника, расширяя тем самым праздничную аудиторию и способствуя социально-политической консолидации общества вокруг новых ценностей.

Литература

- Богатырева 2016 – *Богатырева Е.А.* Публика в зеркале кинопрессы 1920-х годов // Университетский научный журнал. 2016. № 25. С. 26–32.
- Загребина 2010 – *Загребина А.В.* Публика как социальная общность: пионерские исследования Г. Тарда // Социологические исследования. 2010. № 3. С. 139–145.
- Ивинских 2019 – *Ивинских Г.П.* Сценические трансформации и проблемы художественной рецепции на рубежах XIX–XX и XX–XXI вв. // Культура и искусство. 2019. № 8. С. 11–19.
- Ионов 2003 – *Ионов И.Н.* Российская цивилизация. М.: Просвещение, 2003.
- Лосева-Демидова 2010 – *Лосева-Демидова Е.С.* Отечественные и западные социологические подходы к определению понятия публики // Поиск. 2010. № 4. С. 19–27.
- Московских 2019 – *Московских Н.С.* Активизация зрителей театрализованных представлений // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2019. № 2 (39). С. 176–180.
- Романов 2000 – *Романов А.А., Романова Е.Г., Воеводкин Н.Ю.* Имя собственное в политике: язык власти и власть языка. М., 2000. 112 с.
- Сапаров 2009 – *Сапаров И.М.* Эволюция публики в контексте театрально-зрелищной культуры России (историко-культурный анализ) // Известия российского государственного педагогического университета им. Герцена. 2009. № 117. С. 346–351.
- Хренов 2010 – *Хренов Н.А.* Публика в фокусе истории и теории коммуникации // Историческая психологии и социология истории. 2010. № 1. С. 97–117.
- Хренов 2018 – *Хренов Н.А.* «Человек играющий» в отечественном варианте: зрелищно-игровая стихия в ситуации перехода к культуре чувственного типа // Наследие М.М. Бахтина: культура – наука – образование –

творчество. М.: Ин-т художественного образования и культурологии РАО, 2018. С. 271–303.

Хренов 2022 – Хренов Н.А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры. М.: Юрайт, 2022. 411 с.

Хубулова 2019 – Хубулова С.А. Становление нового театра в условиях революции и гражданской войны на Тереке // История, археология и этнография Кавказа. 2019. Т. 15. № 1. С. 22–27.

References

Bogatyreva, E.A. (2016), “The audience in the mirror of the film press in 1920s”, *Universitetskii nauchnyi zhurnal*, no. 25, pp. 26–32.

Zagrebina, A.V. (2010), “Public as a social community. Pioneering studies by G. Tarde”, *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no. 3, pp. 139–145.

Ivinskikh, G.P. (2019), “Scenic transformations and issues of artistic reception at the turn of the 19th – 20th and 20th – 21st centuries”, *Kul'tura i iskusstvo*, no. 8, pp. 11–19.

Ionov, I.N. (2003), *Rossiiskaya tsivilizatsiya* [Russian civilisation], Prosveshchenie, Moscow, Russia.

Loseva-Demidova, E.S. (2010), “Russian and western sociological approaches to the determination of the concept of the public”, *Poisk*, no. 4, pp. 19–27.

Moskovskikh, N.S. (2019), “Activization of spectators in theatrical performance”, *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, vol. 39, no. 2, pp. 176–180.

Romanov, A.A., Romanova, E.G. and Voevodkin, N.Yu. (2000), *Imya sobstvennoe v politike: yazyk vlasti i vlast' yazyka* [Proper name in politics. The language of power and the power of language], Moscow, Russia.

Saparov, I.M. (2009), “Evolution of the public in the context of the theatrical entertainment culture of Russia (historical and cultural analysis)”, *Izvestiya rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. Gertsena*, no. 117, pp. 346–351.

Khrenov, N.A. (2010) *Publika v fokuse istorii i teorii kommunikatsii* [The public in the focus of the history and theory of communication], *Istoricheskaya psikhologiya i sotsiologiya istorii*, no. 1, pp. 97–117.

Khrenov, N.A. (2018), “ ‘Man playing’ (Homo Ludens) in the National Russian version. Spectacular-game element in the situation of transition to sensual type culture”, in *Nasledie M.M. Bahtina: kul'tura – nauka – obrazovanie – tvorchestvo*, Institut khudozhestvennogo obrazovaniya i kul'turologii RAO, Moscow, Russia, pp. 271–303.

Khrenov, N.A. (2022) *Teoriya auditorii media: publika v istorii kul'tury* [Media audience theory. The audience in cultural history], Urait, Moscow, Russia.

Khbulova, S.A. (2019), “Formation of a new theater in the conditions of revolution and civil war on the Terek”, *Istoriya, arkheologiya i etnografiya Kavkaza*, vol. 15, no. 1, pp. 22–27.

Информация об авторе

Елена В. Барышева, доктор исторических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; barysheva.ev@gmail.com

ORCID ID 0009-0007-5853-6456

Information about the author

Elena V. Barysheva, Dr. of Sci. (History), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125047; barysheva.ev@gmail.com

ORCID ID 0009-0007-5853-6456