

КИЇВСЬКА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ

МАГІСТЕРСЬКА ПРОГРАМА З ДОСЛІДЖЕНЬ ПАМ'ЯТІ ТА ПУБЛІЧНОЇ ІСТОРІЇ

ДИПЛОМНА РОБОТА

«РАДЯНСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ 1950–60-х рр.

І РАДЯНСЬКИЙ ЕМОЦІЙНИЙ РЕЖИМ»

Студентка: Олена Гапак

Науковий керівник: Євгеній Монастирський

Для здобуття освітнього ступеня: Магістр
за спеціальністю: 032 Історія та археологія

Київ 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Історіографія та методологія роботи	7
1.1. Емоції як соціальна практика. Емоції та медіа	8
1.2. Телебачення СРСР та УРСР в історіографії	13
РОЗДІЛ 2. Хто і в яких умовах створював радянське телебачення 1950–60-х	16
2.1. “Почавши роботу без єдиного стільця”. Як формувалася радянська телемережа	16
2.2. “Диваки і невдахи”. Професії та мотивації телевізійників	25
РОЗДІЛ 3. Кого і навіщо показував домашній екран	29
3.1. “Масова зброя ближнього бою”. Нове медіа в приватному просторі	29
3.2. Диктори, космонавти, колгоспники. У пошуках “зразкової” і “зразкової пересічної” людини	33
РОЗДІЛ 4. Як дивилися радянське телебачення	43
4.1. “В гості на телевізор”. Телебачення в радянському побуті	43
4.2. “Культура спілкується сама з собою”. Телеглядач у діалозі з державою	50
ВИСНОВКИ	58
ПЕРШОДЖЕРЕЛА	61
БІБЛІОГРАФІЯ	65

Анотація. Телебачення 1950–1960-х років сприяло уніфікації та зміцненню радянської колективної ідентичності, проте цей процес був результатом комплексної і часто хаотичної взаємодії між різноманітними інституціями та різними групами дівців: телевізійників, популярних особистостей та самих глядачів.

Телебачення розмивало межі між публічним і приватним, формувало парасоціальні стосунки з медійними постатями та просувало образ “зразкової пересічної людини”. Пишучи листи на телестудії або в газети, самі телеглядачі перебували у постійному діалозі з телебаченням, а відтак — із державою, стаючи активними співтворцями нового медіа. Робота досліджує, як радянське телебачення 1950–1960-х років впливало на формування радянського емоційного режиму.

Ключові слова: телебачення СРСР, українське телебачення, історія емоцій, емоційний режим, історія масмедіа.

Кількість слів: 17 975

ВСТУП

Другого лютого 1959 року Міністерство культури СРСР реєструє анонімний вхідний лист, лаконічно підписаний словом “Телеглядачі” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 40–423в]. “Телеглядачі” розповідають, що поява телевізорів у магазинах Харкова була “великою радістю”, і вони, “відмовляючи своїм сім’ям, можливо, багато в чому”, купували телевізори, щоб “не втрачати 1,5–2-годинного щоденного культурного відпочинку, духовного спокою у своїй сім’ї”. Автори (чи автор) листа пишуть, що кожному трудівникові потрібне “справжнє духовне й фізичне дозвілля”, але придбавши телевізори, вони натомість одержують від телестудії “саму лише нервозність, виснаженість” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 61].

“Нервозність і виснаженість” глядачі пов’язують із тим, як змінилася програма Харківського телебачення. Коли тільки з’явилися телевізори, згадує автор листа (аматорські телетрансляції в Харкові велися з 1951 року, оновлений телецентр запрацював у 1955-му [Литвиненко, 2023, с. 73]), о 7:30 була передача для дітей, потім кіножурнал або документальний фільм, а потім кінокартина, або вистава, або концерт — “і не пізніше 10.30–11 год. закінчувалась передача, причому фільми демонструвались нові, за тиждень після того, як з’являлись на екранах кінотеатрів”. До чого прийшла телестудія тепер, питає автор: “Чи це культурний, духовний відпочинок, чи це агітпункт, школа, завод, чи суцільне знування над телеглядачами?” Першими в ефір “пропускають репортажі із заводів (...) Це робота верстатів, шум, тріск, це нові гайки, втулки і т.п., а ми на заводах, будовах, школах, конторах щоденно перебуваємо 8 годин в обстановці шуму, метушні, боротьби за виконання плану, соцзмагання і т.п., додому приїздиш і знову — на відпочинку завод, шахта, будова, свині, корови” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 61]. Автор скаржиться на кінокартини “«столітньої» давності”; театральну виставу “*Мой друг*” у виконанні театру Шевченка називає “потворністю і бездарністю”, від якої телеглядачі “під вихідний день (...) змучилися”, бо в цій виставі “усі персонажі якісь божевільні”, — “це тривало до 12 год. ночі, що це за відпочинок?” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 62]. “Телеглядачі” вважають, що отримують “за свої гроші, у своїй сім’ї — не телевідпочинок, а знування, гру на нервах” — і просять першочергово пропускати кіножурнали, вистави, фільми і “загалом художню частину” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 63]. “В[ашу] турботу про трудящих ми сподіваємося відчутти в недалекому майбутньому

при перегляді наших телепередач”, — такою фразою закінчується лист [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 64].

Цей лист містить більшість основних аспектів глядацьких стосунків із радянським телебаченням 1950–1960-х: від необхідності відкладати гроші й вписувати телевізор в постсталінський побут, часто не без труднощів і тривог, — до фрустрації через нудні та “нещирі” передачі про трудівників; яскраві й дуже різноманітні емоції щодо “художньої частини”; бажання отримати “телевідпочинок” після роботи. Важливим є ще один момент: глядачі 1950–60-х ведуть активний діалог з телебаченням і, через нього, з державою. Телеглядач Ляпунов із Запоріжжя свій лист зі скаргами підсумовує фразою “Держава (*це Ви*) зобов’язана все найкраще, що дає мистецтво, нести в маси” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 64–64зв, курсив мій]. Глядачі послідовно намагаються вести діалог про свої емоційні потреби, смаки і зацікавлення (а іноді — навіть про мову, якою держава мала би з ними говорити), беручи участь у формуванні уніфікованого радянського емоційного простору.

Неможливо встановити, чи відчували телеглядачі з Харкова “турботу про трудящих”, якої вони прагнули, але з Міністерства культури СРСР цей лист потрапляє до Державного комітету з радіомовлення і телебачення при Раді Міністрів СРСР, звідки за місяць, у березні 1959-го, начальниця організаційно-інспекторського відділу М. Новікова пересилає його Голові українського комітету з радіомовлення і телебачення Н. Скачку до Києва, з поміткою “Направляємо Вам листа телеглядачів м. Харкова. Незважаючи на те, що він без підпису, вважаємо корисним направити його до Харківської студії телебачення. Порухені в листі окремі питання можуть бути враховані при складанні програми передач” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 59]. Скачко читає листа і пише на цьому направленні від руки, що копію листа також треба надіслати Голові Харківського обласного комітету з радіомовлення і телебачення Лащенко [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 59], і ще за місяць, у квітні, заступниця начальника Телеуправління М. Кашуба перенаправляє копію листа Лащенко [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 60] з аналогічною приміткою щодо врахування “окремих питань” при складанні програми передач (і, ймовірно, Харківській телестудії також, хоча повідомлення про це не збереглося).

І ця траєкторія також дуже типова: глядацькі листи циркулюють між інстанціями, а потім враховуються під час формування телепередач або отримують особисті письмові відповіді від обласних студій чи від Управління телебаченням.

Дослідник медіа Джон Фіске вважав, що у просторі телебачення “культура спілкується сама з собою через посередництво професійних комунікаторів” [Fiske, 2015(1978), с. 65]. Відтак, центральне дослідницьке питання цієї роботи полягає в тому, як саме відбувається цей процес в оптиці історії емоцій, — **як радянське телебачення 1950–60-х впливало на формування та зміцнення радянського емоційного режиму?**

Робота складається з чотирьох розділів. **Перший розділ** є оглядом методологічної та історіографічної літератури щодо історії емоцій, термінології навколо емоційних спільнот та емоційного режиму, проблеми виділення регіонів у дослідженні історії емоцій, інтерпретації медіа, а також історії радянського телебачення 1950–60-х.

Другий розділ фокусується на тому, хто і в яких умовах створював телебачення цього періоду: як інституційні конфлікти, професії, вік та мотивації телевізійників, а також ставлення держави до нового медіа впливали на зміст, тематику та емоційність телевізійного контенту.

Третій розділ розглядає питання радянських медійних постатей; різні групи й типи людей, яких демонстрував домашній екран; принципи, за якими цих людей обирали, а також стосунки, які “зразкові” телевізійні особистості мали встановити з глядачем і, певною мірою, навіть між собою.

Четвертий розділ розповідає, як дивилися радянське телебачення: які стосунки встановлювалися з телевізором як новим об’єктом побуту і як глядачі ставали співтворцями радянської емоційності через свою залученість у листування зі студіями та газетами, а відтак — із державою.

Джерельною базою роботи великою мірою стала тогочасна преса, оскільки до газетних і журнальних дискусій навколо телевізійної специфіки активно долучалися як працівники телебачення, так і критики, актори, диктори і, звісно, самі глядачі. Використано широку підбірку его-документів: спогади співробітників Центральної телестудії та українських студій (на жаль, меншою мірою через обмежену кількість спогадів телевізійників УРСР), а також щоденникові записи радянських телеглядачів. Державна політика проаналізована на базі законодавчих матеріалів. Архівну джерельну базу складають справи Центрального державного архіву вищих органів влади та управління України (ЦДАВО), зокрема підбірки глядацьких листів, кварталні тематичні плани українських телестудій, листування Управління телебачення з обласними студіями, листування з ЦК КП УРСР та інші документи.

РОЗДІЛ 1. Історіографія та методологія роботи

Зацікавлення у тому, в який спосіб люди осмислюють і висловлюють емоції і як ці способи змінюються з часом, можна знайти в найдавніших текстах: Роб Боддіс, наприклад, бачить окремі елементи історії емоцій навіть у текстах Фукідіда, а перший “схід” дисципліни пов’язує з виникненням порівняльної психології в середині XIX ст. і з роботою Александра Байна “*The Emotions and the Will*” [Boddice, 2018, с. 7–18]. Більш звичний підхід в періодизації — вести відлік історії емоцій як історичної субдисципліни від робіт та ідей Люсьєна Февра, який помітив і описав, що емоції формуються та інституціоналізуються в соціальних контекстах. За оцінкою Февра, коли психологи кінця 1930-х говорили про емоції, рішення та міркування, вони описували лише емоції, рішення та міркування 1930-х років [Boddice, 2018, с. 26]. Наступною точкою зацікавлення в історії емоцій була спроба Пітера Гея поєднати психоаналіз та історіографію, створивши “психоісторію”, яка, втім, так і не стала популярною в академічній спільноті [Boddice, 2018, с. 29–32].

Історія емоцій у її сучасному розумінні формується у 1980-х, і однією з перших канонічних робіт вважається текст Пітера та Карол Стернсів [Stearns, 1985], у якому вони звертають увагу на зміну емоційних норм у різних суспільствах із плином часу.

Знаковими фігурами для галузі стають Барбара Розенвейн [2010], відома терміном “емоційні спільноти” та дослідженнями емоційності середньовіччя, Вільям Редді з роботою “*Navigation of feeling*” [2006], Ян Плампер [2015] та інші.

Ян Плампер пов’язує виникнення історії емоцій з тим, що кінець XX сторіччя сам по собі був “запаморочливим часом” [*dizzying time*] через одночасні ентузіазм і тривогу навколо економічного зростання, стрімких змін у постсоціалістичному просторі та розвитку технологій. Усі ці лінії, на його думку, були в певному сенсі об’єднані, а потім обірвані трагедією 9/11: “якщо шукати місце народження сьогоденної історії емоцій, то воно знаходиться на Мангеттені вранці 11 вересня 2001 року” [Plamper, 2015, с. 62].

Протягом останніх років вийшло декілька статей, які підсумували історію емоцій як академічне поле, зафіксувавши основні дослідницькі питання, центральні тренди та теперішній стан галузі [Matt & Stearns, 2014; Barclay, 2021a; Stearns et al., 2021; Barua et al., 2024].

Важливе спостереження сформулювала Кеті Барклай у статті “*State of the Field: The History of Emotions*” [2021a]: “Історіографія історії емоцій має два виміри: перший прагне з’ясувати, як емоції розуміли і переживали в різні часи і в різних місцях; другий прагне використати ці знання для пояснення інших історичних подій чи явищ”. Публікації останніх років в профільному журналі “*Emotions: History, Culture, Society*” багато уваги приділяють методології, питанню індивідуальних/колективних емоцій, політичним емоціям та політичному афекту, історизації окремих емоцій як таких. Закономірно в центрі уваги також опиняється дослідження відповідного “емоційного лексикону” та його змін [Frevert, 2014] — часто на дуже великих проміжках часу, невластивих іншим історичним субдисциплінам. Дуже часто увагу істориків емоцій привертає середньовічна чи ранньомодерна емоційність (ймовірно, як менш досліджені саме в цьому аспекті періоди). Водночас в історичних журналах ширшої тематики історію емоцій зазвичай використовують для роботи з новою та новітньою історією. Пошук та аналіз джерел, які можуть дати нам розуміння історії емоцій, становить окреме поле академічної дискусії [Barclay, 2020; Barclay et al., 2021b].

Збірка “*The Routledge history of emotions in the modern world*” [Barclay & Stearns, 2023] добре демонструє основні теми, які знаходяться в фокусі дослідників історії емоцій зараз. Розглядається глобальна історія окремих емоцій і почуттів (наприклад, щастя, честі або гніву); різноманітні географічні перспективи (Африка, Південна Азія, Східна Європа); емоції в контексті тілесності; емоції в просторі медіа та технологій, а також функціонування емоцій у просторі влади і на кордонах та перетинах груп чи культур.

1.1. Емоції як соціальна практика. Емоції та медіа

Хоча емоції сутнісно індивідуальні, історія емоцій як історична субдисципліна звертає найбільше уваги на те, як емоції функціонують у соціумі, — як суспільство створює норми і правила щодо почуттів та їхнього висловлення і як окремі особистості формують афективні зв’язки в межах емоційних спільнот.

Марк Стейнберг [2017] пише, що ми завжди маємо дивитися на емоції як на соціальну практику. Він також пропонує дивитися на історію емоцій, використовуючи чотири ключові теми: емоційні ідентичності (особливо в національному контексті); уявлення про моральність та нормативність

(тобто про “правильне”, “доброчесне”, “справедливе”); емоційну політику щастя (наприклад, коли ідея про постійний прогрес сприймається як обов’язкова складова колективного щастя); емоційне інакомислення (“*emotional dissent*”, тобто відмову вірити в авторитетний дискурс щодо того, що “нормально” в емоційному плані чи як досягти щастя) [Steinberg, 2017, с. 77].

На думку Вільяма Редді [2006], усі стабільні політичні режими мають в своїй основі певний емоційний режим. Розробляючи фреймворк для дослідження історії емоцій, Редді розглядає емоції як частину соціального і політичного простору, а також як предмет саме історичного дослідження, тобто з урахуванням постійних змін. “Ми можемо очікувати на дві універсальні риси [емоційних режимів]: (1) те, що спільноти трактують емоції як важливу сферу докладання зусиль [*domain of effort*], і (2) те, що вони надають індивідуумам рецепти та поради щодо найкращих стратегій емоційного навчання та належної кінцевої точки або ідеалу емоційної рівноваги” [Reddy, 2006, с. 55].

Барбара Розенвейн пропонує спиратися на поняття “емоційних спільнот” [*emotional communities*]: ця концепція допомагає “розкрити системи почуттів, встановити, що ці спільноти (та індивіди в них) визначають і оцінюють як цінне чи шкідливе для себе (адже саме з приводу таких речей люди виражають емоції); які емоції вони цінують, знецінюють чи ігнорують; природу афективних зв’язків між людьми, які вони визнають; а також які способи вираження емоцій ці спільноти очікують, заохочують, терплять або засуджують” [Rosenwein, 2010, с. 11]. Розенвейн постійно наголошує на соціальності емоцій: “емоції — це, перш за все, інструменти комунікації. Вони не лише соціально сконструйовані і підтримують культурні системи, але й впливають на людські стосунки на всіх рівнях, від інтимних розмов між чоловіком і дружиною до міжнародних відносин. Таким чином, вираження емоцій слід розглядати як соціальну взаємодію” [Rosenwein, 2010, с. 19–20].

Зв’язок емоцій з простором соціального та політичного підкреслюють різні дослідники. Сара Ахмед зазначає, що емоції діють “на межі” контактів між людьми, спільнотами чи між людиною і об’єктом: емоції не знаходяться “всередині” ані індивідуального, ані соціального, натомість вони підкреслюють і продукують поверхні та кордони [Ahmed, 2004].

Більшість дослідників визнає важливу роль емоцій в формуванні та підтриманні колективних ідентичностей. На думку Стейнберга, етнічні,

національні та релігійні ідентичності за визначенням є “історично сформованими концепціями прив’язаностей та відторгнення” [Steinberg, 2017, с. 78]. Водночас він прямо застерігає від пошуків національних або етнічних афективних патернів. На його думку, аргументи про “природно” властиві для певної культури емоційні особистості — проблематичні так само, як проблематичні ідеї про те, що всі емоції є “базовими” і повністю зумовлені людською нейрофізіологією [Steinberg, 2017, с. 74]. Сучасні підходи до регіональних досліджень емоційності пропонують “дивитися на регіони не як на стабільні гомогенні простори, а як на простори, що складаються з соціальних стосунків, а відтак позначені відмінностями, конфліктами та змінами, що знаходяться у взаємодії зі спільними та стабільними рисами” [Steinberg, 2017, с. 75]. Ян Плампер звертає увагу на ще одне поширене методологічне викривлення, а саме — на сприйняття одних регіонів чи спільнот як менш динамічних у змінах емоційних репертуарів, ніж інші [Plamper, 2015, с. 31].

У дослідження Східної Європи “афективний поворот” приходить далеко не відразу. Плампер фіксує, що цей поворот “дійшов і до славістики” тільки у 2009 році. Він пише, що регіон тривалий час сприймався дослідниками через рамку “афективного іншого”: у західноєвропейській уяві “схід” пов’язувався з емоціями “настільки неопосередкованими і нерозчленованими [*unmediated and untrammeled*], що для опису достатньо вказівки на кількість: занадто багато емоцій, надмірні емоції, а не іншого роду емоції” [Plamper, 2009, с. 229].

Марк Стейнберг [2017, с. 93] вважає, що “регіональна історія емоцій має ґрунтуватися на стосунках: між людьми та їхнім середовищем, а також між людьми та життями й емоціями інших, у всій їхній специфіці, складності та нестабільності”. При цьому в контексті регіональних поділів “Східна Європа — особливо нестабільна, неточна та мобільна [*shifting*] категорія”.

Послідовно відмовляючись від пошуку “регіональних афективних патернів”, Стейнберг [2017, с. 75] пише, що ми розглядаємо Східну Європу як регіон “на основі соціальних стосунків, а не на основі спільних рис у культурі”. Відповідно, у цій роботі я також говоритиму про радянський емоційний режим на основі очевидно наявних спільних стосунків на цьому просторі в аналізований період, а не на основі якоїсь іншої фундаментальної спільності емоційних патернів.

Окреме поле дослідження становить зв'язок між історією емоцій та медіа.

Карін Валь-Йоргенсен у роботі “*Emotions, Media and Politics*” [2017, с. 167] говорить, що взаємозв'язок між емоційним та політичним, у тому числі в контексті презентації емоційного і політичного в медіа, настільки довго знаходився поза увагою дослідників, що “емоції можна розглядати як епістемологічного слона в кімнаті”.

Роботи Кірстен Бонкер, у тому числі її усноісторичні інтерв'ю щодо сприйняття радянського телебачення (дослідниця називає ці інтерв'ю “відверто ностальгічними”), показують, що саме телебачення в першу чергу сприяло збереженню прихильності людей до радянського способу життя [Bonker, 2015, с. 398].

На роль телебачення в формуванні спільного емоційного простору в СРСР звертають увагу дослідники, які писали про радянське телебачення в перші десятиліття його роботи, задовго до розвитку історії емоцій як субдисципліни. Наприклад, Марк Гопкінс, американський дослідник СРСР, у 1970-му році видає велике дослідження з історії радянських масмедіа. Протягом усього дослідження Гопкінс послідовно і аргументовано звертає увагу на те, як радянські газети, радіо та телебачення пропагують певні нормативні погляди на поведінку, емоційність та моральність — і формують те, що сучасні дослідники назвали б “емоційним режимом”, “емоційним репертуаром”, правилами “емоційної спільноти” або іншим подібним терміном з цього ряду. “Радянські масмедіа — носії цінностей, переконань та ідеалів. Преса доносить до публіки, що вважається правильною поведінкою та моральністю”, пише Гопкінс [1970, с. 40]. “Головна мета — (...) запропонувати радянській масовій аудиторії, якими їхні ставлення та поведінка *мають бути*, а не розказати, якими вони є (...) радянська преса засуджує, критикує, застерігає, радіє, приймає або відкидає від імені усього радянського народу” [Hopkins, 1970, с. 41, курсив автора]. Осмислення перетину емоційності, політичного та медіа (як інструменту, що формує і ретранслює емоційний режим) у книзі Гопкінса є багато в чому винятковим для своїх років.

У контексті емоційного режиму радянських 1960-х дослідниця історії радянського телебачення Крістін Еванс доходить висновку, що постсталінські політичні та соціальні зміни були настільки масштабними, що емоційний режим в певному сенсі замінив собою ідеологію: протягом 1960-х і початку 1970-х років “соціалістичний спосіб життя” СРСР “став

визначатися в основному в термінах емоцій — спосіб життя став способом відчувати [*way of life became a way of feeling*]” [Evans, 2015, с. 544].

Моделюючи формування і функціонування емоційної культури через медіа, Кетрін Довелінг [2009] виділяє три основні складові: емоційну винагороду через одночасне переживання емоцій і приналежність до групи; парасоціальні стосунки, що встановлюються з зображеними у медіа персонами; “правила почуттів”, які регулюють, що і з якого приводу людина має відчувати. Усі ці складові ми можемо знайти в радянських телепередачах 1950–60-х, у дискусії навколо специфіки телебачення та в листах телеглядачів.

Більшість дослідників визнають, що телевізійні програми “здатні орієнтувати політичні ідеї людей, їхні емоції та світогляд” [Gorton, 2009, с. 4]. Водночас важливою в дослідженні медіа і телебачення стала дискусія, яка призвела до сприйняття глядача як активного агента, а не пасивного споживача [Gorton, 2009, с. 15]. Джеймс Галлоран ще у 1970-му році стверджував, що “ми повинні запитувати не про те, що медіа роблять з людьми, а про те, що люди роблять з медіа”, тобто в який спосіб люди реагують на медіа, декодують медійні меседжі та творять на основі цих меседжів загальний культурний простір [цит. за Gorton, 2009, с. 16].

Від теорії пасивної аудиторії відходить і дослідник телебачення Джон Фіске [2005(1978)], він сприймає телебачення як полісемічний текст, який містить безліч потенційних значень, ці значення не стільки закладені в самому тексті, скільки генеруються через взаємодію між програмою та аудиторією. Фіске розвиває і адаптує для телебачення модель кодування/декодування Стюарта Голла, за якою аудиторія може приймати домінантне прочитання закладеного авторами медіа повідомлення, модифікувати його або ж застосовувати опозиційне прочитання. Проте Фіске говорить, що телебачення є більш традиційним медіумом, ніж, наприклад, художнє кіно, тому “його коди більш близькі до звичайних кодів сприйняття. Саме це забезпечує йому позицію культурного центру і робить межу між телебаченням і реальністю складною для визначення” [Fiske, 2005(1978), с. 47].

Фіске вважає, що телебачення виконує функції аналогічні до функцій “барда” в усних культурах, тобто ретранслює спільні уявлення про історію, міфи, цінності та соціальні норми спільнот самим цим спільнотам. У межах цієї бардівської ролі Фіске виділяє такі підпорядковані функції: 1. Артикулювати основні лінії усталеного культурного консенсусу щодо

природи реальності. 2. Залучати окремих членів культури до її домінуючої системи цінностей. 3. Оспівувати, пояснювати, інтерпретувати та виправдовувати вчинки окремих представників культури у зовнішньому світі. 4. Запевнити культуру загалом у її практичній адекватності у світі, утверджуючи свої ідеології/міфології в активній взаємодії з потенційно непередбачуваним світом. 5. Виявляти будь-які практичні неадекватності в уявленнях культури про себе, які можуть бути наслідком зміни умов у зовнішньому світі або тиску всередині культури з метою переорієнтації на нову ідеологічну позицію. 6. Переконати аудиторію в тому, що їхній статус та ідентичність як особистостей гарантується культурою в цілому. 7. Передати за допомогою цих засобів почуття культурної приналежності (захищеності та причетності). [Fiske 2005(1978), с. 66–67].

Усі ці функції більшою або меншою мірою властиві і радянському телебаченню 1950–60-х років.

1.2. Телебачення СРСР та УРСР в історіографії

Історіографія радянського телебачення досить обширна. Зацікавлення в аналізі та історії радянського ТБ можна побачити вже наприкінці 1960-х – на початку 1970-х років, коли дослідники намагаються проаналізувати особливості медіа та пропаганди в СРСР [Powell, 1975; Hopkins, 1970].

У 1988-му Еллен Міцкевич видає дослідження *Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union*, в якому пише про телебачення СРСР, фокусуючись насамперед на новинах і на тому, як телебачення шукало і формувало свою аудиторію, поступово займаючи місце в системі радянського інформування і пізніше змінюючись у період “гласності” [Mickiewicz, 1988].

Крістін Рот-Ей в роботі *Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire that Lost the Cultural Cold War* [2011] досліджує, як СРСР формував медіа інфраструктуру за рахунок радіо і телебачення (не тільки телепрограм, але й кінофільмів) і як формується та зміцнюється радянська глядацька аудиторія. Дослідниця звертає увагу на зміни та парадокси в розвитку телебачення, але вважає, що попри усі успіхи, величезну популярність і вплив, саме радянське телебачення програло “культурну холодну війну”.

Крістін Еванс у своїй тексті *Between Truth and Time: A History of Soviet Central Television* [2016] досліджує центральне телебачення з фокусом на

період від середини 1960-х до середини 1980-х. Вона ставить під сумнів думку про те, що радянська масова культура цієї доби була виключно формалізованою, нудною та шаблонною. Еванс простежує появу основних популярних телевізійних жанрів і передач, показуючи, що програми радянського Центрального телебачення часто були експериментальними і досить творчими. Дослідниця також пише про те, як телебачення як технологія ставала одним із символів “соціалістичного способу життя” [Evans, 2016].

Саймон Гакстейбл та Сабіна Міхель у книзі *From Media Systems to Media Cultures: Understanding Socialist Television* [2018] аналізують соціалістичну медіакультуру в кількох країнах, зокрема порушуючи питання про те, як влада намагалася сформувати і насадити нові звички, ритуали та соціальні норми через посередництво телебачення. Вони описують процес “одомашнення” телебачення і те, як пізніше воно було “вмонтоване” у комуністичну економіку, політику та систему суспільства [Huxtable & Mihelj, 2018].

Крістін Бонкер [2020] фокусується на ставленні глядачів до телебачення СРСР, проблемах приватного і публічного в політичній комунікації, а також на тому, як ТБ зміцнювало і підтримувало радянський режим. Базуючись на спогадах своїх респондентів та респонденток, Бонкер показує, як телебачення набуває здатності “викликати у глядачів позитивну емоційну прихильність до радянського життя” в цілому [Bonker, 2020, с. xxiii].

Очевидне обмеження основних історіографічних робіт, присвячених телебаченню СРСР, полягає у фокусі дослідників на роботі Центральної студії телебачення і архівних джерелах РСФСР, історія українського радянського телебачення менш досліджена. При цьому значна частина дослідників починає аналіз з середини чи навіть кінця 1960-х, оминаючи хаотичний, але важливий для розуміння нового медіа, період 1950-х.

Академічні дослідження українського телебачення частіше фокусуються на жанрових особливостях, культурознавчих чи мистецтвознавчих аспектах телепередач або ж поєднують ці питання зі спробою встановити основні хронологічні віхи. Однією з перших робіт було дисертаційне дослідження Т. Щербатюк 1982 року, в якому дослідниця охарактеризувала особливості українського телебачення і описала перші експериментальні трансляції, в тому числі проведені в 1930-х роках [Гоян, Іщенко, 2016]. Гоян у роботі 1999 року сфокусувалася на інформаційних

телепрограмах у контексті діяльності журналістів [Гоян, Іщенко, 2016]. Анастасія Іщенко (Литвиненко) в дисертаційній роботі [2018] та навчальному посібнику “Становлення українського телебачення” [Литвиненко, 2023] провела ґрунтовну роботу щодо встановлення важливих дат та етапів у історії українських обласних телевізійних студій та у формування телевізійних жанрів.

РОЗДІЛ 2. Хто і в яких умовах створював радянське телебачення 1950–60-х

2.1. “Почавши роботу без єдиного стільця”. Як формувалася радянська телемережа

Перші експериментальні телевізійні трансляції в УРСР відбулися у 1930-х роках. Газета “*Советская Украина*” [1938, №238, с. 4] пише, що будівництво та облаштування телевізійного центру в Києві планується завершити до 1 листопада 1938-го, щовечора планується передавати “виступи найкращих артистів, співаків і музикантів, танці та мультиплікаційні кінофільми (...) Тривалість сеансу намічена від 30 до 45 хвилин”, у публічних місцях столиці планується встановити 20 телевізорів зі збільшеними екранами для колективного перегляду. У січні та лютому 1939 року Київський телецентр провів перші пробні виходи в ефір, у квітні 1939-го розпочалося відносно регулярне телевізійне мовлення [Іщенко, 2018, с. 29].

Протягом 1941–1945 телебачення в СРСР не працювало, а його відновлення й стрімкий розвиток припали на післявоєнний період. Документ “Про п’ятирічний план відновлення і розвитку народного господарства СРСР на 1946–1950 рр.” передбачав технічне переобладнання телевізійного центру в Москві та зведення нових телевізійних центрів у Ленінграді, Києві та Свердловську [О партийной и советской печати..., 1972, с. 526]. На Хрещатику, 26 було побудовано студійно-апаратний комплекс, — і 6 листопада 1951 р. Київський телецентр був введений в експлуатацію [Іщенко, 2018, с. 38].

Проте держава далеко не одразу розпізнала телебачення як дієвий засіб пропаганди. Крістін Рот-Ей пише, що до початку 1960-х чиновники бачили в ньому більше символ регіонального статусу чи радянської сучасності, а тому фокусувалися на цифрах (кількості телевізорів, телецентрів, годин мовлення), “використання” ж телебачення (на противагу його “створенню”) не посідало високого місця в їхньому списку пріоритетів [Roth-Ey, 2007, с. 288].

Хоча телебачення 1950-х розвивалося надзвичайно швидко, цей розвиток далеко не завжди супроводжувався ініціативою саме з боку держави. Часто місцева влада, радіолюбителі, яким було цікаво розібратися з новою технологією, або навіть майбутні телеглядачі були більш

зацікавлені в створенні телецентру і докладали до цього більше зусиль, ніж республіканське або всесоюзне керівництво.

Дуже характерно, що в 1964 році газета “*Советская культура*” [№51, с. 2] публікує прогноз, в якому називає “роком народження «великого телебачення» СРСР” аж 1967-й. Заплановане на 1967 рік відкриття великого московського телецентру “Останкіно” та поступовий запуск кількох окремих програм мовлення, у тому числі всесоюзної, бачилися як довгоочікуване “злиття периферійних «телеострівців» у єдину «телевізійну державу»”. І дійсно, 1950-ті та початок 1960-х були дуже далекі від телевізійної “єдності” й функціонували швидше як розрізнений і хаотичний ландшафт окремих “телеострівців”.

У 1958-му “*Литературная газета*” [№40, с. 2] описує, як Міністерство зв’язку “почало відчувати енергійний натиск безлічі великих і малих міст, які хотіли мати свої телевізійні центри і знайшли для цього кошти”, але до цієї проблеми міністерство виявилось не підготовленим, тож у багатьох місцях телецентри стали виникати “самодіяльним способом”.

Наприклад, Харківський телецентр почався як низова ініціатива. Як пише Іван Мащенко [1988, с. 91], у 1947 році група активістів харківського обласного радіоклубу запропонувала проект будівництва телецентру. Саме ентузіасти розробили конструкції передавача та техніки для апаратної і отримали три кімнати в будівлі Держпрому, деякі заводи та підприємства навіть виготовили техніку для майбутнього телецентру за власною ініціативою. Відносно регулярні трансляції створений місцевими ентузіастами телецентр вів від початку 1951-го [Мащенко, 1988, с. 48]. “Офіційно” телецентр запрацював у Харкові у 1955 році, — другим в УРСР після Київського [Литвиненко, 2023, с. 73].

Схожа ситуація була в інших українських містах. Мащенко пише, що 30 квітня 1958 року було започатковане офіційне Дніпропетровське телебачення, але і йому передувало аматорське. Дніпропетровське телебачення починається з питання, чи можна харківські передачі приймати й транслювати у Дніпропетровську, — і коли ця ідея “полонила уяву групи радіоаматорів міста”, “їх підтримали керівники області” [Мащенко, 1988, с. 51]. Початком Одеського телебачення стали експериментальні передачі спеціалістів Одеського електромеханічного інституту зв’язку імені О. Попова. Пізніше вони взяли участь в обладнанні та налаштуванні техніки Одеського телецентру [Іщенко, 2018, с. 67].

Аматорські телецентри були різного типу й різної “функціональності”: деякі ретранслювали мовлення найближчого “телевізійного острівця” (зазвичай з обласного центру чи великого промислового міста), інші ж поєднували ретрансляцію і створення власних передач. У Конотопі аматори телебачення разом із працівниками радіовузла змонтували апаратуру і почали приймати передачі Київського телецентру [*Правда України*, 1954, №53, с. 3]. У 1956 році “*Правда України*” [№63, с. 4] розповідає, як “любителі телебачення” зі Слов’янська та Єнакієва самостійно організували прийом Харківського телецентру.

Іноді перехід від “аматорського” телебачення до офіційного навіть викликає роздратування та незадоволення. У Чернівцях на момент “офіційного” початку роботи місцевого телецентру телевізійники-аматори ретранслювали львівські передачі вже понад рік. Телеглядач з Чернівців скаржиться, що “ті передачі, які вели аматори через трансляції передач зі Львова, телеглядачі дивилися із задоволенням”, нова ж Чернівецька телестудія показує картини “довоєнного часу” і “виступи художньої самодіяльності не дуже високої якості” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 52].

Базуючись на архівних джерелах, дослідниця радянського телебачення Крістін Рот-Ей показує, що офіційна радянська влада була не в захваті від телевізійного ентузіазму, який послідовно демонструвала “периферія”: у 1958 році голова Держкомтелерадіо подав скаргу до ЦК на “так звані аматорські телевізійні центри”, які створювалися “з відома і під заступництвом” місцевих партійних структур. Такі телецентри начебто “дезорганізовували державне телебачення” [Roth-Ey, 2007, с. 286]. П’ять років по тому, на одній із нарад 1963 року, голова Держкомтелерадіо заявив про потребу “навести порядок”, “інакше в країні буде тисяча телевізійних центрів, і кожен буде пропонувати свої програми”, — якщо ж Держкомтелерадіо не зможе “домовитися” з обласними організаціями, то він “підніме це питання на розгляд ЦК КПРС” [Roth-Ey, 2007, с. 287]. Проблеми з аматорським телебаченням в Україні тривали аж до 1964-го року [Roth-Ey, 2007, с. 287].

Спроби поєднати “телевізійні острівці” в єдину мережу почалися ще в 1950-х, хоча, як пише Мащенко [1998, с. 48], “чітких критеріїв необхідності спорудження програмних телецентрів і розташування їх по території України в середині 50-х років ще не було вироблено”. У 1957 році передачі Київського телевізійного центру приймають Київська, Чернігівська, Вінницька, Житомирська, Черкаська та Сумська області. “Невпевнений”,

непостійний або частковий прийом є у Львівській, Полтавській, Рівненській, Кіровоградській областях [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 7]. У 1957 триває будівництво Запорізького, Херсонського та Ворошиловградського ретрансляційних телецентрів [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 16-19]. Семирічний план розвитку телебачення в Українській РСР (на 1959–1965) фіксує, що на початок 1959-го “в республіці буде працювати 7 телецентрів та в першій половині року буде введено ще 4 телецентри, а саме Запорізький, Херсонський, Миколаївський, Сімферопольський. (...) Буде покрито 22% території республіки” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 12]. Кабельна лінія, що поєднувала Москву і Київ і дозволяла регулярні стабільні ретрансляції, була введена в роботу тільки на початку 1960-го року, коли Київський телецентр працював вже 9 років [Правда Украины, 1960, №45, с. 4]. Поступово до Центрального телебачення підключаються інші області. Наприклад, з 1962 року ЦТ ретранслює Запорізька, Сімферопольська та Чернівецька області [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 1, 46, 50].

Проте глядачі регулярно скаржилися, що студії обривають чи перекривають трансляції ЦТ, змінюють програми, а обласні студії можуть обривати планову трансляцію з Києва [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 13, 78, 71].

У 1950-х, як мінімум до 1957 року, коли було створено Комітет радіомовлення і телебачення при Раді Міністрів СРСР разом з його республіканськими відділеннями [Об утверждении Положения о Государственном комитете..., 1957], телебачення розвивалося в умовах інституційного конфлікту. Цей конфлікт не був особливо гострим, але помітно впливав на організаційні, фінансові та виробничі процеси, вносячи хаос в і без того хаотичне нове медіа.

Плануванням програми і змістом передач опікувалося Міністерство культури, а техніка й апаратура телецентрів належала Міністерству зв'язку. До розвитку телемережі були залучені також Міністерство радіотехнічної промисловості, Міністерство будівництва та інші інституції [О мероприятиях по дальнейшему развитию телевизионного вещания в СССР, 1955].

На таку організацію жалілися представники багатьох телестудій. Наприклад, головний інженер Київського телецентру Козинський у 1953-му пише в газеті “Советская культура” [№43, с. 3], що щойно відбулися перші дослідні передачі, Міністерство електростанцій та електропромисловості

СРСР “несподівано втратило будь-який інтерес до телецентру”. Інституційний конфлікт впливав і на підготовку співробітників: “Посилаючись одне на одного, обидва міністерства не займаються технічною підготовкою працівників: більшість із них — самоучки, без досвіду, без солідних знань” [*Советская культура*, 1953, №43, с. 3].

Така сама ситуація склалася і на Центральному телебаченні, де фактично діяли “два різних колективи, підпорядковані різним міністерствам” [*Советская культура*, 1953, №6, с. 2]. “Технікою володіє Міністерство зв’язку, мовлення веде Міністерство культури. Передавальна камера — господарство зв’язківців; оператор — працівник Центральної студії, що підпорядковується Міністерству культури. Освітлювальні прилади — в одному відомстві, самі освітлювачі — в іншому. Звукорежисер — у штаті студії, технік і мікрофонний оператор — зв’язківці. (...) цей поділ заважає працювати” [*Литературная газета*, 1954, №119, с. 2].

До кінця 1950-х років ця проблема стоїть досить гостро. У 1957-му директорів Харківської студії телебачення Лащенко доводиться кількаразово звертатися до заступника міністра культури УРСР, щоб вирішити таку тривіальну проблему, як передача на баланс телестудії стільців. “Дирекція студії, почавши роботу без єдиного стільця, добилася через Міністерство Культури СРСР фондів на меблі”, скаржиться Лащенко і докладно описує непорозуміння з начальником телецентру, — для розподілу коштів і передачі меблів “необхідне спільне рішення Міністерства Культури УРСР і Міністерства Зв’язку УРСР” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 2–3].

Проблема Харківської телестудії зі стільцями пояснюється не тільки інституційним конфліктом, але й браком фінансування, від якого потерпало телебачення в 1950-х. Доходило до того, що телевізійникам доводилося приносити з дому реквізит, “скидуватися” на водія для гостей ефіру або купувати окремі матеріали за свої кошти. У 1950-х проблеми з фінансуванням відчували усі телестудії, в тому числі Центральна, хоча й в різний спосіб і різною мірою. Наприклад, Харківська студія у 1957-му просить про виділення “двох концертних роялів”, оскільки телевізійники “соромляться” запрошувати для виступів відомих музикантів через відсутність якісного інструменту [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 4–8].

Нестача фінансування стосувалася найперше проблем з приміщеннями. У 1957-му Київська телестудія скаржиться на проблеми з вентиляцією і температурою приміщень (“Середня температура в студії

26°–28°, а на діючих майданчиках доходить до 30°–32°. Повітря сухе, не зволожується, що викликає кашель у виконавців студії” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 26]], при цьому на студії діє “лише один павільйон (...) за обсягом їй потрібно не менше 5–6-ти павільйонів”, “більше 70-ти редакторів, режисерів, асистентів та помічників режисерів розміщуються в восьми невеликих кімнатах, а телевізійні оператори, диктори, весь склад театру, кіногрупа не мають своїх робочих місць” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 25]. Безліч запитів пов’язано із закупівлею ПТС (пересувних телестанцій) для трансляції з місця подій [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 2].

Ще один суттєвий конфлікт розгортався вже всередині зони відповідальності Міністерства культури, — у взаємодії телебачення з театрами та з Кінопрокатом. Газета “*Советская культура*” фіксує цю проблему в 1954 році [№93, с. 1], говорячи, що “можна було б набагато раніше, ніж це робиться зараз, демонструвати по телевізору нові фільми — художні, науково-популярні і особливо хронікальні. Питання це давно вже назріло, але все ще перебуває у стадії міжвідомчої «утряски», хоча відомо, що і телестудії, і органи, які відають прокатом кінокартин, перебувають у єдиній системі Міністерства культури СРСР”.

Втім, “міжвідомча утряска” так ніколи і не відбулася: період між прем’єрою в кінотеатрах і виходом фільму на екрани телевізорів тільки збільшувався, і протягом 1950–60-х років становив одну з головних причин глядацьких скарг і фрустрацій.

Радянський режисер Міхаїл Ромм вважав, що “фільм, показаний по телебаченню, є лише «відбитком» з оригіналу” [Литературная газета, 1965, № 85, с. 3] і закликав не лякатися конкуренції з телебаченням, бо “кому достатньо бачити «Сікстинську мадонну» в газетному відбитку, той нехай і дивиться телевізор; вірними кінематографу залишаться ті, хто хоче бачити картину в оригіналі” [Советский экран, 1965, №17, с. 3].

Проте конфлікт між телебаченням, театрами і кіно проходив не тільки по лініях естетичних і мистецьких, але й по лінії комерційній. Керівники театральних установ розцінювали телетрансляції як “підриг матеріальних основ ввірених їм театрів” [Советская культура, 1953, №6, с. 2]. Харківській телестудії доводиться просити, щоб Міністерство культури “зацікавилася взаємовідносинами між телестудією та театрами, цирками, філармоніями і навело потрібний порядок” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 7], оскільки театри і філармонії намагаються “вибити за виступ на

телебаченні якомога більшу суму”: “Полтавський театр спочатку пред’явив нам довідку на 6 тисяч карбованців, потім на 14 тисяч карбованців, нарешті «договірні сторони» зійшлися на 10 тисячах карбованцях. (...) Ці суми настільки високі, що телестудія змушена часто відмовлятися” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 6]. Телевізійники також скаржаться, що “обласний відділ культури чинить перешкоди”, вважаючи, що телетрансляція “знижує якоюсь мірою доходи Харківських театрів” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 41].

Триває конфлікт і з кінопрокатом, який відмовляється видавати кінофільми для трансляції по ТБ. Щоб вирішити цю проблему, редактору Сталінської (Донецької) студії телебачення Ю. Черніцину доводиться писати замітку до “Робітничої газети” і публічно повідомляти в ній, що “керівник обласної контори Головкинопрокату Ф. І. Лазарев буквально напередодні демонстрації по телебаченню кінофільму категорично відмовляється дати запланований фільм, мовляв, ви зі своїми телевізорами зриваєте виконання нашого плану по продажу квитків у кінотеатрах області” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 44]. Вирізка з газети з листом Черніцина мандрує між інстанціями, а відповідальний редактор “Робітничої газети” мінімум двічі звертається до міністра культури УРСР Бабійчука з проханням “терміново повідомити, що зроблено по листу Ю. Черніцина” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 43].

Директор Одеської студії телебачення Франчук, відповідаючи газеті “Чорноморська комуна” у зв’язку з листом телеглядача, пояснює причини демонстрації застарілих кінокартин тим, що “начальник Одеського обласного управління кінофікації і кінопрокату тов. Пабот ігнорує Наказ Міністра культури СРСР” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 36]. В.О. директора Харківської студії телебачення Дяківська пише, що “своїї обіцянки (і відповідних наказів Міністрів Культури СРСР та УРСР) відділ кінофікації і кінопрокату не виконує”, і більшість кінокартин “видається студії телебачення на 40–60–70-й день після першого екрану”, через що керівники студії “вимушені писати в Міністерство Культури СРСР та в ЦК КПРС” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 39]. До ЦК КП України пише і голова Комітету радіомовлення і телебачення УРСР Скачко в документі “Претензії до Обкомів КП України з питань радіомовлення і телебачення” (сам документ має 3 повних сторінки і 15 підпунктів таких претензій): “Харківський, Одеський, Сталінський, Львівський обкоми партії не створили нормальних умов для роботи студій телебачення. Підвідомчі обласним управлінням культури обласні контори прокату систематично

затримують показ художніх кінофільмів понад два місяці з виходу на екрани кінотеатрів (...) Окремі театри не виконують умов підписаних з студіями телебачення, зриваючи показ вистав, надрукованих в програмах студій” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 45].

Деякі глядачі, суголосно з побоюваннями кінопрокатників чи керівників театрів, дійсно надають перевагу телебаченню. У 1962 році глядач з Дніпропетровська пише: “Якщо до придбання телевізора я не пропускав жодної картини [в кінотеатрі], то тепер — у кіно ходжу дуже рідко, і не через економію грошей, а тому, що тоді не буде чого дивитися по телебаченню” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 30]. Пенсіонер з Запоріжжя розповідає, що в черзі до театральної каси або каси кінотеатра “дуже часто можна почути невдоволення”, що “в телевізорі не передають [нових фільмів і вистав] і треба йти в кіно і театр” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 32].

Затримка з трансляцією нових фільмів по телебаченню тільки збільшувалася. Якщо в 1957 році різниця в даті між виходом фільму на екрани міста і показом по телебаченню становила від 6 до 46 днів із середнім значенням приблизно у 20 днів [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 9–10], у 1958-му строки становили мінімум п’ятнадцяти днів [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 5], то пізніші регуляції встановлюють термін вже у 3 місяці [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 1], — і зрештою у відповіді на скаргу щодо роботи Кримської студії від 1962 року стверджується, що “за новим положенням нові фільми ми будемо отримувати через 6 місяців” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 91].

Спроба централізовано вирішити принаймні деякі телевізійні проблеми і врегулювати хаос навколо нового медіа починається з Постанови ЦК КПРС від 29 січня 1960 року “Про подальший розвиток радянського телебачення” [*КПСС о средствах массовой информации...*, 1979, с. 519–525]. Постанова стала першим офіційним документом, що докладно регламентує не тільки технічний, але й ідеологічний, смисловий і навіть емоційний бік телебачення. Як вказано в тексті, на момент її публікації в СРСР існувало вже понад 70 телевізійних центрів, які охоплювали територію з населенням близько 70 мільйонів осіб [с. 519].

У Постанові “Про подальший розвиток...” стверджується, що радянське телебачення ще “вкрай недостатньо використовується для пропаганди досягнень радянського народу в політичному, економічному та культурному житті, для показу радянської людини — будівника комунізму”,

програм на суспільно-політичні теми на телебаченні недостатньо, а наявні ведуться “непереконливо” [с. 519–520]. Згадується недостатній контакт і зв’язки з діячами мистецтв, недостатнє залучення кіноаматорів [с. 520–521]. Постанова фокусується на проблемі прямих ефірів, які унеможлиблюють обмін програмами між студіями [с. 521], відтак планується організувати зйомку “основних програм для місцевих студій телебачення на центральній, ленінградській і республіканських студіях; установити, що нові постановки й оригінальні програми телебачення попередньо приймають комітети з радіомовлення і телебачення, і їх знімають на плівку для повторення та розсилки на інші студії” [с. 524] — це закладає основи для більшої централізації та уніфікації телебачення. Планується введення на основних телестудіях денної трансляції на додачу до вечірньої [с. 523–524]. Постанова також наказує почати роботу над створенням другої програми, тобто вести окремо трансляцію ЦТ і місцевого каналу [*КПСС о средствах массовой информации...*, 1979, с. 524–525].

Вперше офіційний документ високого рівня намагається визначити, який емоційний вплив повинно мати телебачення, і чітко артикулює потребу в медіатизованому емоційному контакті між людиною і державою: Постанова наголошує, що на телебаченні не вистачає “задушевної розмови, невимушеної бесіди” [*КПСС о средствах массовой информации...*, 1979, с. 520].

Пізніша Постанова ЦК КПРС від 6 червня 1962 р. “Про заходи щодо подальшого поліпшення роботи радіомовлення і телебачення” продовжує цю стратегію. Постанова 1962 року критикує телебачення за те, що від деяких передач “віє нудьгою та байдужістю” замість “цікавої, задушевної розмови”, передачі ведуться “невиразною мовою” — і з цих причин “не викликають живого зацікавлення та відгуку”. ЦК КПРС постановляє створювати програми “про розвиток нашої країни і духовне зростання радянської людини”. Паралельно, по-перше, посилюється контроль над змістом телебачення (планується “доручити ЦК компартій союзних республік, крайкомам і обкомам КПРС забезпечити постійний контроль за місцевим радіомовленням і телебаченням, регулярно розглядати плани їхньої роботи”), по-друге, створюється більш уніфікований спільний простір (“Запровадити регулярну трансляцію по центральному радіомовленню і телебаченню найкращих програм із союзних і автономних республік (...). Практикувати широкий обмін програмами радіомовлення і телебачення між республіками і областями”) [*Справочник партийного работника*, 1963, с. 423–429].

Таким чином, 1950–60-ті стають періодом активного і хаотичного розвитку телемережі, коли телецентри створюються за ініціативою радіоаматорів або місцевої влади, телебачення потерпає від недостатнього фінансування, проблем адміністрування та протистояння з деякими театрами і Кінопрокатом. Держава бачить у телебаченні більшою мірою символ технологічного прогресу, ніж інструмент емоційного впливу та пропаганди. Проте це поступово змінюється — Постанова 1960 року визнає значення нового масмедіа і його потенціал, намагаючись окреслити стратегію його розвитку і рухаючись в бік уніфікації та централізації, обміну передачами, введення спільної для всього СРСР трансляції ЦТ.

Проте важливим для розуміння цих років є не тільки взаємодія телебачення з іншими видами мистецтва та інституціями, але й події і, головне, люди, всередині телестудій.

2.2. “Диваки і невдахи”. Професії та мотивації телевізійників

Телевізійні професії сформувалися далеко не одразу, і працювати на телебачення приходили люди з дуже різною освітою. За спогадами В. Козловського, співробітника ЦТ, “кінець 50-х років був ще часом майже абсолютної свободи на телебаченні. Не було тиску партійних органів, вищого телевізійного начальства, не було навіть цензури так званого Главліту [Головного управління у справах літератури та видавництва]. Була тільки внутрішня цензура нас самих, і цього було достатньо. Не було й вузького розмежування професій. Будь-хто міг стати редактором, або режисером, або кінооператором, або ведучим у кадрі” [Козловский, 2002].

Спогади працівників Центрального ТБ містять безліч історій раптового і досить хаотичного “переходу” між телевізійними професіями. Іван Мащенко, пишучи про перших співробітників Харківської телестудії, яким вдалося “вписатися в нову справу” і пропрацювати на телебаченні не один десяток років, також підкреслює химерні телевізійні траєкторії: на Харківській студії працювали “звукорежисер, а згодом — начальник виробничого відділу студії”, “освітлювач, що став висококласним телеоператором” [Мащенко, 1998, с. 93].

Плутанина з професіями і посадами тривала як мінімум до початку 1960-х. Режисер молодіжної редакції Габріловіч (сценарист за освітою, що працював на ЦТ з 1960 по 1966) пише про свій прихід на телебачення так: “я деякий час був на телебаченні позаштатним автором. І раптом мені

запропонували стати співробітником редакції молодіжних програм. Причому не редактором, а режисером! Я став пояснювати, що до режисури не маю жодного стосунку, що в мене інша професія. І у відповідь почув, що на телебаченні професіоналів поки що взагалі немає і що в цьому його сила!” [Габрилович, 1988]. Співробітник Центральної телестудії Рудольф Борецький згадує слова телережисера Ігоря Беляєва, який сказав, що “до Шаболовського берега [на вулиці Шаболовка знаходилася Центральна студія телебачення до відкриття “Останкіно”] прибивало невдах” [Борецький, 1988]. Сам Борецький пам’ятає радянські телевізійні 1950-ті як час, “коли всього кілька десятків тих самих невдах і людей з дивними долями пізнавали невідоме, створюючи заново і себе самих” [Борецький, 1988].

У кадрових питаннях телебачення дійсно дуже довго не було централізованим і стандартизованим, і кадрова політика могла дуже сильно залежати від особистих поглядів директора чи директорки конкретної телестудії. Основний колектив Центрального телебачення на великий відсоток сформувався виключно через те, якими “правильних телевізійників” бачила одна з перших директорок московської телестудії Н. Шароєва. За спогадами Дмитрієва [1988], “спокуситися божевільною роботою за мізерних окладів і гонорарів могли лише молоді та веселі божевільні, закохані в щось загадкове і перспективне під назвою «телебачення». Шароєва мала безпомилкове чуття на таких божевільних і приймала всяких і різних: колишніх акторів, журналістів радіо, інженерів, вчителів”. Габрілович [1988] погоджується, що “у ті роки на Шаболовці працювали переважно диваки. У театральних і кінематографічних колах над ними посміювалися. Серед творчих працівників за ступенем престижності телебачення випереджало, напевно, лише студію діафільмів”.

Про професії і мотивації перших працівників Харківської телестудії Іван Мащенко пише так: “Бажаючих працювати на телестудії виявилось чимало: співробітники обласної редакції радіоінформації, журналісти з місцевих газет, режисери і актори, випускники вузів та шкіл. Для одних це була можливість проявити себе на новій ниві, для інших — романтика, а багатьох вабила техніка з її можливостями” [Мащенко, 1998, с. 92].

Окрім різноманіття професій, отриманої освіти та “дивних доль”, працівників телебачення 1950-х років об’єднувала молодість. “Що ж стосується невдах, то здебільшого це були люди трохи старші за двадцять (...)”, згадує Борецький [1988]. Про одного з колег редактор тelenовин В. Козловський [2002] говорить так: “Це була абсолютно унікальна людина. За віком він був старшим за всіх, йому було років 40, а нам — менше 30”.

Ситуація з поколінням українських телевізійників 1950-х була схожою. За твердженням Мащенко [1998, с. 66], наприклад, на Донецькому телебаченні (розпочало трансляції у 1956 році), “середній вік колективу сягав тоді 28–30 років. Усі творчі працівники — вчорашні газетярі, філологи, актори, театральні режисери, кіноаматори — прагнули якнайшвидше стати професіоналами «голубого екрану»”.

Молодість телевізійників впливала не тільки на їхню творчість і енергійність, але й на специфічне відчуття себе, уявлення про свою роль в суспільстві та на ставлення до офіційної ідеології. Як стверджує Юліана Фюрст, говорячи про складність, багатовимірність і внутрішню суперечливість самосприйняття цього покоління, тодішні молоді люди “класифікували себе (і своїх однолітків) як революціонерів нової епохи, культурних нонконформістів, спритних «серферів» системи, старанних членів колективу, розчарованих циніків, суворих виконавців офіційного кодексу поведінки та в багато інших способів” [Fürst, 2010, с. 294].

Реакція телевізійників на офіційні заяви держави і спосіб, в який вони потім транслиували державну політику в ефір, багато в чому зумовлювалася саме віком і приналежністю до свого покоління. Як пише Козловський [2002], після XXII З’їзду комуністичної партії СРСР у 1961 році, на якому було заявлено, що теперішнє покоління радянських людей буде жити при комунізмі, між колегами по телестудії “точилися розмови про те, що за 20 років буде побудовано комунізм. Це вражало. (...) На той час нам, молодим, 20 років здавалися майже вічністю, і ми думали, що все збудеться, коли вже так намічено”. Фюрст характеризує участь молоді у більшовицькому проєкті як “конгломерат офіційно схваленої поведінки та офіційно несанкціонованих практик. Патерни участі молоді містили багато змішаних відтінків — цілий спектр сірого, який творив територію між ідеалом та реальністю” [Fürst, 2010, с. 292].

*

У 1954 році режисери Центральної студії телебачення пишуть статтю до “*Литературной газеты*” [№119, с. 2], де починають перераховувати телевізійні проблеми з фрази “Телебачення припинило бути дивом”. Вони говорять про телеглядачів, листи яких суперечать одне одному в своїх побажаннях і вимогах, про інституційний конфлікт між Мінкультури та Мінзв’язку, про небажання кінопрокату та театрів співпрацювати з новим медіа, про брак техніки, приміщень та фінансування. Усі ці проблеми, що

стали очевидними ще на початку 1950-х, змінюватимуться та еволюціонуватимуть, проте залишаться важливими для розвитку телебачення на території усього СРСР протягом майже двох десятиліть.

Величезний вплив на те, яким було телебачення того часу, очікувано мали самі телевізійники. Здебільшого дуже молоді, мотивовані новизною і можливостями нової галузі (телебачення тих років не було ані добре оплачуваною, ані престижною професією), вони привносили досвід різних професій, ентузіазм і готовність до пошуків і експериментів.

Втім, протягом двох десятиліть телебачення поступово уніфікується і централізується — за рахунок створення системи телетрансляцій і обміну передачами, обов'язкової трансляції ЦТ на всі радянські республіки та посилення контролю за змістом передач з боку місцевої і центральної влади. Намагаючись врегулювати телебачення, радянська держава також звертала увагу на його емоційну складову і важливість “невимушеності” та “задушевності”, що зміцнили б емоційний зв'язок із новим медіа.

Цей зв'язок будувався в різні способи, але не в останню чергу — за допомогою телевізійних особистостей, що зверталися до глядачів з екрану.

РОЗДІЛ 3. Кого і навіщо показував домашній екран

3.1. “Масова зброя ближнього бою”. Нове медіа в приватному просторі

Через технологічні обмеження 1950–60-ті в СРСР були переважно роками прямих ефірів. З одного боку, сценарії телепередач готувались завчасно, з іншого ж, специфіка прямих ефірів відкривала простір як для помилок, так і для творчості й імпровізації. Саме через прямі ефіри переважна більшість телепередач, які дивилися радянські глядачі в 1950-х, не збереглася.

Співробітник ЦТ Рудольф Борецький [1988] згадує, що прямі ефіри вплинули не тільки на малу кількість збережених в записі передач, але й на можливість скласти уявлення про те, якими ці передачі були: “Не можна ж всерйоз вважати відображенням практики мовлення архів мікрофонних папок (...), де зафіксовані тексти телепередач. Адже ми прекрасно знали тоді, що здебільшого це папірці для бухгалтерії, що дають підставу виплатити гонорар, не більше того.”

Прямі ефіри впливали і на формат, і певною мірою на настрої передачі. За згадкою Івана Мащенка [1998, с. 66], “прямі” передачі відзначалися “жвавістю й природністю, безпосередньою поведінкою їх учасників, чого не скажеш про чимало програм наступних років — уже доби відеомонтажу, коли за допомогою «електронних ножиць» вони «прилизувалися» чи вихолощувалися до невпізнанності”.

Прямий ефір стосувався не тільки самих телепередач зі студії чи з ПТС (пересувної телевізійної станції), але також і дубляжа, — за згадкою диктора ЦТ Ігоря Кіріллової [1988], в його роботу перший час входило навіть дублювання зарубіжних фільмів, коли дубляж не підкладали під зображення, — з ним виходили прямо в ефір: “Деякі фільми доводилося дублювати по кілька разів (...). У таких випадках я поступово вивчав текст напам’ять і виходив в ефір без жодних папірців, щоразу перекладаючи трохи по-новому”.

Архівні джерела показують, що вже у 1957 тривали експерименти з записом передач з кінескопа, проте зробити “справжнього хорошого знімку” довго не вдавалося [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 27]. У 1959-му Київська студія першою в СРСР “розпочала зйомки з екрана кінескопу, завдяки чому кращі передачі будуть фіксуватися на плівку і надсилатися

іншим студіям Союзу. Це значно здешевить вартість телевізійного мовлення” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 24].

Відхід від прямих ефірів був дуже поступовим і, як і всі інші телевізійні процеси та інновації того часу, відбувався не одночасно. Мащенко пише, що період прямого ефіру на Дніпропетровській студії тривав “від 1958-го до 1968-го — ціле десятиліття” [1998, с. 56], а в Донецьк відеозапис телепередач прийшов лише у 1971-му [1998, с. 66].

І хоча “запис давав змогу повторити спектакль, не розігруючи його заново в студії, щось змінити, поправити. А в перспективі — навіть і «зберегти для потомства»” [Кознова, 1988], більшість телевізійників та критиків вважали, що без прямого ефіру телебачення тільки втратить — стане менш живим і спонтанним.

Газета “*Советская культура*” [1963, № 69, с. 1] пише, що техніка синхронної зйомки на вузьку плівку “проста, зручна й оперативна”, але саме вона найактивніше “витісняє «живе життя» з екрана телевізора”. Редакторка ЦТ Гальперіна [1988] згадує, що самі телевізійники активно опиралися відмові від прямих ефірів, вважаючи їх самою сутністю телевізійного мистецтва.

Прямий ефір дійсно впливав на те, як робилося і, головне, як сприймалося телебачення. У цей період до нього надзвичайно часто застосовується слово “інтимність”. Через пряме, “живе” телебачення встановлюються стосунки зі споживачами медіа на принципово іншій дистанції (Саппак [1963] називає її “дистанцією довіри”), — і держава входить в приватний простір радянської людини, гібридизуючи публічне і приватне, розмиваючи межу між цими сферами.

Парадоксальним чином, тезу про інтимність та невимушеність телебачення 1950–60-х, а також метафору про телевізійних постатей як гостей, які приходять до кожної радянської родини, можна зустріти в текстах усіх типів: від роздумів телекритиків і глядацьких вражень у его-документах — до постанов ЦК КПРС.

Вже згадана Постанова 1960 року “Про подальший розвиток радянського телебачення” критикує нове медіа за недостатню близькість до глядача і недостатню “душевність”: “У виступах по телебаченню немає задушевної розмови, невимушеної бесіди” [КПСС о средствах массовой информации..., 1979, с. 520]. Голова Державного комітету при Раді Міністрів СРСР з радіомовлення та телебачення у 1964–1970 роках Ніколай Месяцев використовує у своїх спогадах ті самі метафори близькості, дружби,

гостювання [Месяцев, 2005].

Інтимність, камерність, імпровізаційність, зв'язок із “живим життям” стають головними категоріями, у яких мислиться телебачення. З'явившись в полі дискусії критиків наприкінці 1950-х, ці категорії вже не зникнуть: “Дивлячись перші телевізійні передачі, ми не знали, як це все назвати. «Документальність», «ефект присутності», «інтимність», «імпровізаційність» — слова були знайдені” [Саптак, 1963].

Ці риси телебачення використовуються і для того, щоб протиставити телебачення кінематографу: “в кіно ви — спостерігач (...) Перед екраном телевізора ви — учасник: до вас звертаються, з вами розмовляють, телевізійна дія відбувається у вашому домі. Купуючи квиток у кіно, ви, можна сказати, вирушаєте в гості. Вмикаючи телевізор, — приймаєте гостей у себе” [Литературная газета, 1959, №54, с. 1].

Метафора героїв телепрограми як гостей використовується як аргумент, на якому телекритики та глядачі засновують свої вимоги відмовитися від шаблонного та занадто офіційного мовлення. У статті в газеті “Советская культура” [1957, №4, с. 4] ця думка аргументується так: “Коли на екрані телевізора показують людину, яка говорить, — чи то керівника установи, чи то науковця, чи то сталевара, треба пам'ятати, що це не глядачі прийшли до неї в кабінет, лабораторію, цех, а вона, як бажаний гість, увійшла в їхній дім. І хоча ніхто не дозволяє собі в гостях прийняти офіційну позу доповідача і з пісним від напруги обличчям читати захований під столом текст, на телебаченні цього поки що зрозуміти не бажають.”

Деякі телекритики артикулюють побоювання, що телебачення є аж занадто “домашнім” (“телебачення привчає спілкуватися з мистецтвом, сидючи в халаті”), проте такі голоси залишаються в меншості, оскільки саме “у «домашності», у «сімейності» телевізора — його сила і безмежні можливості” [Советская культура, 1960, №71, с. 3].

Статті та его-документи показують, як радянське телебачення шукає баланс, правильне “дозування” цієї телевізійної інтимності: глядачі та критики протестують проти офіційності й шаблонності, хвалять щирість, коли вона вдається, — і водночас іноді помічають “надмірну”, незвичну для них чи навіть лякаючу сторону цієї телевізійної інтимності (“з екрана весь час сторонні лізуть у кімнату”, як пише у щоденнику одна телеглядачка [Воскресенская, 11.06.1968]). Саптак [1963] називає близькість телегероя до глядача “дистанцією довіри”, але водночас згадує передачу, у якій ведуча “аж так «інтимно»” звертається з екрану, “аж так зворушливо зазирає мені

прямо в очі”, що дистанція “починає здаватися небезпечною”, — і йому доводиться “відсунути від телевізора свій стілець”.

Інтимність телебачення зумовлює і гостроту емоційного відгуку. Нова дистанція, з якої телевізійні гості чи навіть сама держава говорять із глядачем, здається, вимагає емоційної реакції сама по собі, робить байдужість майже неможливою або принаймні менш імовірною, ніж для інших медіа: “«Інтимність» дистанції насамперед вимагає активності вашого ставлення до людини; це може бути активна різкість відштовхування або захопленого прийняття. Але і в тому, і в іншому випадку — активність (...)”, пише Саппак [1963].

Розмова про телебачення будується на двох групах метафор, на перший погляд суперечливих: у першій категорії йдеться про вже згаданий “прихід в гості”, про телебачення як друга (“бо як інакше назвеш того, хто буває в тебе вдома щодня по 5 годин!” [Советская культура, 1965, №117, с. 3]), у другій групі опиняються мілітаризовані, досить агресивні метафори боротьби, війни, “ідеологічної зброї” тощо.

Випусковий редактор ЦТ Борецький у статті для газети “Советская культура” [1963, №69, с. 3] використовує обидві ці метафори буквально в одному абзаці й, здається, не бачить між ними конфлікту чи суперечності: “Телебачення вступило в третє десятиліття свого існування, ставши за ці роки з лабораторного експерименту, що подає надії, *могутньою ідеологічною зброєю партії*, явищем культурного життя народу. Головна сила телебачення — у можливості доносити «дух держави в кожному хатину». Телебачення входить у мільйони будинків «без стуку», немов *добрий знайомий*” (курсив мій).

Одна з газетних публікацій підкреслює, що саме інтимність ТБ “дає змогу людині з телеекрана спілкуватися з глядачами довірливо, задушевно — найважливіша особливість, якої ніколи не знали ні театр, ні кіно!” і, згадавши Постанову “Про подальший розвиток...”, підсумовує, що “в арсеналі засобів комуністичного виховання мас *телебачення стає масовою зброєю ближнього бою*” [Советская культура, 1960, №71, с. 3, курсив мій].

3.2. Диктори, космонавти, колгоспники. У пошуках “зразкової” і “зразкової пересічної” людини

Одним з символів “інтимності та душевності” радянського телебачення ставали диктори. З дикторами “вітаються”, їм передають привіт, до них звикають і сприймають як знайомих і “близьких” людей.

Як помічає автор “*Литературной газеты*” [1959, №54, с. 1], відомих кіноакторів люблять не менше за дикторів, проте “на ім’я їх ніхто не зве”: у взаємодії з дикторами існують “інші душевні стосунки, інші форми визнання. Виникло це дружнє ставлення до дикторів телебачення тому, що вони давно вже, немов знайомі, входять у вашу сім’ю (...) — вони стали в домі своїми людьми”. Диктори і дикторки стають центром метафори “гостювання”: “Це вже не диктори — це господині студії. Вони не оголошують гостей — вони приймають їх” [*Литературная газета*, 1961, №48, с. 3].

Любов до дикторок базується на їхній “природності та щирості”, на переконанні, що перед глядачем “звичайна людина”, а не актори. Саптак [1963] називає дикторку ЦТ Валентину Леонтьєву “найцікавішим, що є на телеекрані”. “*Литературная газета*” [1963, №111, с. 3] каже, що Леонтьєва була “однією з головних переваг” нещодавньої передачі — через те, що поводитися і почувалася “просто і невимушено”. Саптак [1963] вважає, що дикторка володіє “даром значно рідкіснішим, ніж дар перевтілення, — у будь-якій «ролі», за будь-яких обставин вона залишається сама собою”, вона “не «в образі», (...) вона «звичайна людина» і навіть нібито наш представник по той бік екрана”.

На українському телеекрані диктори з’явилися у 1952 році. Першим українськими дикторками були Новела Серапіонова та Ольга Даниленко, пізніше до них доєдналася Олена Ніколаєва [Іщенко, 2018, с. 91]. Ольга Даниленко була найвідомішою українською дикторкою цього періоду, пропрацювала в ефірі близько 10 років і, за оцінкою Анастасії Іщенко [2018, с. 93], “весь цей час була еталоном екранної особистості”. Популярність Даниленко можна прослідкувати за відгуками самих глядачів: наприклад, учасник конференції телеглядачів 1967-го року, сільський вчитель із Київської області, закінчуючи свій критичний виступ, просить телевізійників передати їй привіт [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 4].

У 1950-х диктори та дикторки були ведучими усього телевізійного вечора. Вони починали вечір з привітання, оголошували передачі, робили анонси на завтра, читали прогноз погоди, розповідали про музикантів та

артистів під час трансляції концертів [Іщенко, 2018, с. 91]. Поки диктори мали відносно небагато тексту, величезну увагу спрямовували на інтонації, тон і увесь невербальний бік комунікації з глядачами. Замітка в газеті “Вечірній Київ” описує, як Ольга Даниленко “прагне знайти вірні інтонації, виразну міміку”, а за твердженням одного з глядачів, “вміє так повідомити про хвилюючу драму чи веселу комедію, що *викликає у глядачів відповідний настрій*” [цит. за Іщенко, 2018, с. 93, курсив мій].

Глядачі, ймовірно, бачили у дикторках “звичайних людей” не тільки через продумані образи чи їхню послідовну роботу над інтонаційною та мімічною подачею тексту, але й через помилки та проблеми прямих ефірів. За спогадами Олени Ніколаєвої з КСТ, під час одного з її перших виступів вона впустила на підлогу папери з текстами і одразу “пірнула за ними”. Оператор, розгубившись, не тільки повів камеру донизу, автоматично слідуючи за її рухом, але й крикнув у прямий ефір “Лена, ти куди?!” — “а я сиджу на підлозі, від сміху слова сказати не можу”, згадує Ніколаєва. Студія отримала численні телефонні дзвінки, у яких глядачі дякували за передачу: “Спасибі, ви нас на ніч так розсмішили! Завдяки вам сні хороші снилися” [Іщенко, 2018, с. 94–95].

Коли після 1960-го студії вже мали стабільну технічну можливість регулярно обмінюватися передачами через систему кабелів, глядачі змогли познайомитися з дикторками різних міст СРСР. Саппак [1963] наводить цікаве порівняння “типажів”: у Томській студії “дикторка — зовсім скромна дівчина (...) має гарний тон і веде передачу просто, з гідністю”; “у киян, навпаки, диктор [ймовірно, йдеться про Ольгу Даниленко] — красуня! (...) з деякою навіть демонстративністю типу, жінка, що немов зійшла зі святкового плаката. Диктор Ризької студії — білява і холодна жінка”. Саппак [1963] припускає, що “у кожного міста своє розуміння «ідеалу»” і кожне місто шукає “той людський типаж, внутрішній контакт із яким виявився б для них найбільш органічним”. Цю його думку згадує і Тетяна Цимбал, народна артистка України і дикторка КСТ з 1968 року: “дуже цікава думка була, здається, у того ж Саппака, що кожне місто, кожен регіон обирав диктором жінку, яка відповідала його уявленням про жіночу красу”, вона підтримує такі спостереження, згадуючи, що “Харків з його потужним науковим, промисловим потенціалом обрав таку строгу з низьким голосом Наталку Березовську, (...) в Одесі — Нелі Харченко — дуже яскрава, дуже смішлива, одне слово — з гумором жінка” [Іщенко, 2018, с. 145].

Але водночас вже з початку 1960-х можна зустріти скарги щодо того, що в роботу диктора вкрадається певний стандарт. “Литературная

газета” [1961, №48, с. 3] публікує роздуми про те, що на дикторських посадах “потрібні індивідуальності — нові, різні, несхожі”, але замість цього встановлюється “еталон тембра”.

Трансформація ролі диктора добре простежується на рівні кадрової політики, вимог до майбутніх дикторів і їхнього власного ставлення до роботи. Олена Ніколаєва згадує, що взагалі не хотіла бути дикторкою і претендувала на позицію асистентки або помічниці режисера на КСТ (“Мені заявили, що робота асистента не для мене. Потім запропонували показати ... зуби. Я здивувалася. «А копита показати не треба?»”), пізніше вона все одно отримує посаду, на яку навіть не претендувала, і певний час жалкує, що не повернулася в театр [Іщенко, 2018, с. 194]. Співробітник ЦТ Дмитрієв [1988] згадує, як йому довелося буквально переховуватися від дикторської посади після того, як тодішня директорка телестудії Шароєва зупинила його на сходах: “Дмитрієв, від завтрашнього дня працюватимеш диктором. — Не буду! — розлютився я. — Не хочу читати чужі тексти, я люблю писати свої. (...) Довелося ховатися від неї кілька днів, щоб не потрапити в диктори.”

“Советское радио и телевидение” від 1970 року [№1, с. 8–9] показує, наскільки радикальні зміни відбулися в ставленні до цієї телевізійної ролі. Журнал публікує масштабне психологічне дослідження, в якому науковці провели психологічне тестування коментаторів 20 обласних студій телебачення. Керівник дослідження починає з фрази “Усім зрозуміло, що час монополії чарівних дикторів відходить у минуле” (курсив мій). Акцент у статті зроблено вже не на природності чи безпосередності в кадрі, не на вмінні “завдати настроїв” чи встановити “ліричний контакт” з телеглядачем, а на “здібних, оригінально мислячих, ділових”, на “широкій обізнаності, кмітливості й орієнтуванні в новій ситуації”. Автори дослідження пропонують “запровадити психологічні випробування для всіх, хто працює або збирається працювати в ефірі” і навіть “відбирати коментаторів, як космонавтів”, оскільки “журналіст на телеекрані формує свідомість мільйонів!” [Советское радио и телевидение, 1970, №1, с. 8–9].

Так за два десятиліття бачення дикторської ролі проходить шлях від “передачі настрою” у межах “монополії чарівних дикторів” — до “підготовки дикторів, як космонавтів”.

Космонавти, вже не метафоричні, також займали окреме місце в телевізійній програмі. Навколо космічних успіхів формувався образ майбутнього і його безмежних можливостей, гордості за “спільні” здобутки.

При цьому космонавти на телебаченні формували і суспільні уявлення щодо “зразкових” гендерних ролей.

За метафорою “*Литературной газеты*” [1965, №36, с. 4], завдяки телебаченню “космічні кораблі «проникли» в наші квартири”, а люди стали “хоча й пасивними, але зате такими палкими «співучасниками» цих видатних, нечуваних в історії людства подій”. Щоденники фіксують емоції щодо телетрансляції запусків та зустрічей космонавтів або щодо кадрів, отриманих із космосу. Глядачі сприймають такі передачі як “незвичайне та цікаве видовище” [Амитров, 16.06.1963], як “диво!”, через яке вони “купу часу просиділи біля телевізора” [Зон, 14.04.1961], як подію, через яку “така гордість переповнює нас, що хочеться радіти та посміхатися” [Инбер, 5.04.1963].

Окреме місце в его-документах, що допомагають розкрити роль космонавтів у суспільстві та на телебаченні, займають спогади Ніколая Каманіна, — високопоставленого чиновника радянської космічної програми. Після успіху космічної місії Гагаріна 1961-го додатково до функцій керівника відбору та тренування космонавтів він став також “радянським еквівалентом куратора знаменитостей” [Fraser & Tonkykh, 2021, с. 66]. Історикиня Еріка Фрейзер [2021] пише, що щоденники Каманіна слід розглядати у контексті післясталінських дискусій про приватне життя та належну поведінку громадян, які велися на рівні уряду та суспільства. І ключовими публічними виразниками моральних очікувань партії ставали саме космонавти.

Космічна тематика — ще один приклад гібридизації публічного та приватного простору в радянських 1960-х. Після того, як “Гагарін і слово «космонавт» в цілому були піднесені до статусу знаменитості майже за одну ніч”, космонавти і особливо їхні родини мали подолати “розрив між приватним і суспільним”: від дружин космонавтів очікували, що вони перейдуть від крайньої секретності до супроводу чоловіків у публічних турах і обідів з іноземними лідерами [Fraser & Tonkykh, 2021, с. 68]. Каманін багато пише про “поганий вплив” дружин космонавтів, що “втручаються в їхні справи”, про “неблагополучний стан багатьох шлюбів космонавтів”. На думку Фрейзер, оповіді Каманіна піднімають багато питань, включаючи сексизм і бажання “захистити чоловічі образи” як зразкові та ідеальні, — при цьому більшість шлюбів були в “неблагополучному стані” через домашнє насильство, зради чоловіків чи їхній алкоголізм [Fraser & Tonkykh, 2021]. Інструментом пропаганди дійсно слугували не тільки професійні досягнення космонавтів, але й їхні “зразкові” особистості та “зразкове”

особисте життя. Наприклад, керівництво космічної програми вирішило, що постать Терешкової “буде неповноцінною, якщо вона залишиться незаміжною” [Fraser & Tonkykh, 2021, с. 68].

Судження Каманіна щодо космонавтів ілюструє ще один аспект переосмислення і формування нової радянської маскулінності: у щоденниках Каманіна простежується “його відчуття приналежності до вищого покоління, ніж космонавти, — більш продуктивного, мужнього, загартованого в боях і, звичайно, морального” [Fraser & Tonkykh, 2021, с. 69]. Це співвідноситься з певним конфліктом поколінь, адже старший за космонавтів Каманін (1908 р.н.) був відповідальним “за молодих чоловіків, які пропустили війну, і які, таким чином, ніколи не мали повного доступу до маскулінізованої авторитетності, яку давала служба” [Fraser & Tonkykh, 2021, с. 70].

Діяльність космонавтів у 1960-х включала в себе публічність і перформативність як фундаментальну складову. Під час польоту Валерія Биковського 1963-го року, Каманін каже йому “Чи будеш лягати спати раніше, чи за програмою, спостерігаємо тебе в телевізор, посміхнися”, — і Биковський негайно виконує це побажання [Каманин, 14.06.1963].

Крім “зразкових” людей, телебаченню були потрібні й “звичайні” люди, наприклад, робітники і колгоспники. Хоча їхній пошук і інтеграція в телепрограму проходили не без складнощів:

“Та, власне, нас це не стосується. Ми ж телевізор”, — таку відповідь у 1958 році дав редактор редакції сільськогосподарських передач Київської студії телебачення В. Журій на запит газети “Правда України”, коли кореспондент поцікавився, як телебачення планує долучитися до “всенародного обговорення тез доповіді М. С. Хрущова”, пов’язаних з “найважливішим державним заходом” — реорганізацією МТС (машинно-тракторних станцій). Поки члени Спілки радянських письменників України “виїздили до сіл та районних центрів”, українське радіо транслювало повідомлення про хід обговорення тез “щоденно, чотири–п’ять разів на день”, а оператор Київської студії хронікально-документальних фільмів “закарбував момент купівлі перших двох тракторів колгоспом імені Леніна”, — Київська телестудія запланувала всього “п’ять виступів трударів села”. “Ось тут все, що ми намітили”, повідомив редактор телебачення кореспонденту. “А зробили?” — “Поки нічого” [Правда України, 1958, №61, с. 2].

Не можна стверджувати, що телебачення 1950-х послідовно оминало сільськогосподарчу та промислову тематику, — наприклад, у 1957 році директор КСТ Пашин звітує про передачі, які підготовлені або будуть підготовлені “у зв’язку з рішенням Лютневого Пленуму ЦК КПРС про реорганізацію МТС”, — заплановано виступи секретаря київського обкома партії, передачі про передовиків сільського господарства, розповіді про сільгоспмашини [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 8–11]. Водночас, попри надважливе місце робітників та колгоспників у системі радянської пропаганди, на телебаченні відповідні теми усталюються далеко не одразу і представлені в набагато меншій пропорції, ніж в інших медіа. “Советская культура” помічає в 1953-му [№6, с. 2], що після виступу на ЦТ “знатного муляра, лауреата Сталінської премії Ф. І. Мальцева минуло кілька місяців”, протягом яких “з екрана телевізорів жодного разу не лунав голос передовиків столичних підприємств”. У 1957-му “Советская культура” [№54, с. 4] критикує нестачу сільськогосподарчої та промислової тематики в ефірі Харківської студії (“Минулого тижня важко було відчутися існування редакцій суспільно-політичного мовлення, промисловості та сільського господарства”), хоча студія включає передачі з заводів та польових робіт у свій кварталний план [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 17].

Автор книги “*Mass media in the Soviet Union*” Марк Гопкінс звертає увагу на те, як радянські медіа формують і змальовують “образи гідного громадянина, чоловіка, дружини, робітника, члена Комуністичної партії, голови колгоспу, директора заводу, школяра, письменника, художника, державного чиновника і навіть національного вождя” [Hopkins, 1970, с. 41]. Після 1960-го образи гідного або навіть зразкового робітника чи колгоспника (за тодішньою термінологією — “маяка”) стають більш важливими і більш поширеними в телепередачах. Саймон Гакстейбл пише, що телебачення в цей період “звернулося до парадоксального поняття *зразкової пересічної людини*, що представляла б суспільство в цілому” [Huxtable, 2014, с. 127].

У 1960-му, після прийняття Постанови “Про подальший розвиток...” майже всі обласні студії телебачення звітують про активну роботу над ширшою репрезентацією трудівників та колгоспників. Заходи Дніпропетровської студії телебачення включають регулярні виступи “передових людей промисловості, сільського господарства, культури, керівних працівників партійних, радянських і громадських організацій (...)”, а також створення “кінонарисів про передові підприємства, бригади комуністичної праці та послідовників В. Гаганової” (відомої тим, що у 1958

році вона перейшла зі зразкової бригади до бригади, що відставала, і вивела її в передові, ставши символом нового “почину” і отримавши безліч “послідовників”) [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 13–14]. План роботи Львівської студії включає висвітлення передового досвіду іншого “маяка” — Ярослава Чижа (героя Соціалістичної праці, свинаря з Львівської області) [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 54].

Більшість редакцій сільськогосподарських передач обирають на диво емоційну мову для назв своїх програм. Сталінська студія телебачення готує передачу “Щире серце” про свинарку Уляну Калашник — послідовницю згаданого Ярослава Чижа [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 59]. Харківська студія планує кінонариси “Шосте чуття” (про чуття ліктя у робочій бригаді) і “Так серце звеліло” (про пташницю з Богодухівського району), а також кінорепортажі “Важке щастя” (про голову колгоспу-гагановця) та “Рука друга” (передовий колгосп допомагає відстаючому) [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 80–81].

Проте обраний стиль і дещо штучне додавання емоційно навантаженої лексики не допомагає популярності тематики: глядачі та преса майже одноголосно критикують ці передачі як стандартизовані, шаблонні, одноманітні та просто нудні. Критика стосується форми і відсутності “щирості”, якої так очікували від телебачення тих років.

У 1960-му глядач з Одеси звинувачує телевізійників в тому, що їх “не цікавить внутрішній світ людини”: вони “називають, наприклад, прізвище передовика виробництва, а потім напускають туману із загальних хвалебних слів. Організаторів таких передач, мабуть, абсолютно не цікавить внутрішній світ героя, людини. Їх приваблює тільки зовнішній, показний бік справи” [*Правда України*, 1960, №136, с. 3]. Глядач також радить працівникам телебачення позбутися операторських штампів: “Коли показують завод, підприємство, то майже завжди беруть у кадр верстат, полум’я печі тощо. Це стало штампом. Хіба не можна відійти від нього? Бо не самим тільки верстатом живе людина” [*Правда України*, 1960, №136, с. 3]. Художник Череповецької студії телебачення теж критикує неприродність подібних передач: “у кадрі з’являється винахідник заводу Н... Суконною мовою за заздалегідь написаним текстом, який чомусь називається телевізійним сценарієм, звітує він перед телеглядачами, наводячи цифру за цифрою... І жодного живого слова (...) чому б не показати людину з її надіями, прорахунками й удачами самою собою, з її переживаннями” [*Литературная газета*, 1960, №116, с. 3].

Того ж року проблема шаблонності передач про працю піднімається на II Пленумі правління Спілки письменників СРСР, присвяченому драматургії театру, кіно і телебачення. Доповідач Салинський бачить проблему в тому, що деякі драматурги спекулюють на темах, що мають розхвилювати глядача, “поетизується дрібна людина і дрібні почуття”, щоб “розчулити глядача убогою сентиментальністю”. Салинський занепокоєний, що ця “міщанська зворушлива чутливість” проникає в телевізійні передачі, “розраховані на найширші народні маси”. Шукати виходу з цієї ситуації доповідач пропонує “у темі праці” — і одразу визнає, що цей підхід поки що не спрацює: “Але чому ж зараз немає хороших п’єс про працю і творчість? Чому ми стали шарахатися від однієї лише згадки про так званий виробничий конфлікт? А справа дуже проста. На жаль, у п’єсах останніх років виробнича тема не стала по-справжньому темою *людською*” [Литературная газета, 1960, №45, с. 3, курсив мій].

Важливо також, що телепередачі демонстрували усіх цих медійних особистостей в динаміці та у взаємодії. Кірстен Бонкер пише, що всі учасники телепрограм ставали “об’єктом парасоціальних проєкцій”: дикторки сприймалися як видатні особистості, гості представляли колектив звичайних людей [Bonker, 2020, с. 56]. Гакстейбл вважає, що радянське телебачення “було найбільш ефективним, коли «вони» на екрані ідентифікувалися глядачами як «одні з нас»”, він також згадує спроби радянської влади звести “складні політичні, соціальні та економічні питання до міжособистісних”, щоб прибрати соціальний антагонізм “з поля зору аудиторії” [Huxtable, 2014, с. 130].

Прикладом заміни соціальних і політичних стосунків між різними групами суспільства на стосунки інтерперсональні можуть служити програми з великою кількістю учасників, наприклад, “Голубой огонек”. На мою думку, радянський емоційний режим формувався та укріплювався не стільки за рахунок демонстрації зразкових особистостей (як видатних, так і “зразкових пересічних”), — скільки через спробу демонструвати “зразкові” і міцні емоційні зв’язки між ними. Це можна продемонструвати на прикладі передачі “Голубой огонек. Звездная эстафета” [1963], присвяченої польоту Валерія Биковського та Валентини Терешкової. На передачу запрошено шість радянських космонавтів, їх приймають двоє ведучих, у залі присутні актори, поети, трудівники, колгоспники (в тому числі “маяки” Валентина Гаганова та українка Надія Заглада) та інші гості.

На перший погляд, передача фокусується на розповідях космонавтів про себе та про свій досвід, а також на привітаннях та подарунках від гостей

студії. Водночас емоційним фокусом стають стосунки та емоційні зв'язки між присутніми, а також їхні гендерні та соціальні ролі в системі радянського суспільства. Міцність таких зв'язків підкреслюється насамперед через родинні метафори (ведучі питають “зоряних *братів*”, як вони ставляться “до появи своєї космічної *сестри*”, один з космонавтів називає Хрущова, якому він дякує за розвиток космічної програми, “нашим космічним *батьком*”, висловлюється “*синова* подяка” партії та комсомолу).

Розмиття кордонів між професійною та гендерною ролями, між приватним та публічним, а також між “зразковим” та “пересічним” підкреслюється, по-перше, побажанням космонавті “залишатися *простою* радянської дівчиною”, по-друге, подарунком їй “від радянських жінок” — ведуча передає фартух з вишитими ракетами та зірками, оскільки “ким би не була радянська жінка, вона залишається гостинною господинею”. Неодноразово лунають запрошення глядачів “у гості”, згадується, що подарунком від кондитерської фабрики можна “нагодувати всіх глядачів” — метафора контакту з телеглядачами як гостювання послідовно підтримується.

Присутні робітники повідомляють, що зарахували космонавтів у “почесні члени бригади”. Ведуча Леонтьєва нагадує Терешковій, що та колись назвала Гаганову та Загладу, які “дивляться зараз на вас *закоханими* очима”, “дороговказними маяками у вашому житті”, — і стверджує, що “більше *спільного*, ніж зараз, з цими чудовими представницями радянських жінок, у вас не може бути”. Гаганова та Загида вітають космонавтку. І весь цей епізод фактично грає на встановлення та підкреслення спільного минулого та спільного походження — на фоні міцного емоційного й особистісного зв'язку в теперішньому.

Програма прокладає ще одну лінію “тяглості” — через війну. В цілому, тема війни була єдиною темою, що була послідовно присутня як в “серйозному”, так і в начебто розважальному, “легкому” телевізійному контенті. Друга світова присутня як експліцитно, так і імпліцитно: Надія Загида, наприклад, вітаючи космонавтів, використовує формулювання “подякувати вашим матерям і батькам, у кого вони є, за те, що вони вас правильно виховали”. Пізніше інша гостя читає вірш, в якому образ космонавтки зображено як паралель до образу радянської військової: поетка розповідає, як “під прозорим шоломом” можна побачити “знайомі риси” тієї, що “повернулася з легенд війни” та колись “співала під снарядами”. Обидва образи фактично зливаються (“ти була військовою сестрою, ти тепер небесная сестра”), створюючи враження, що це одна й та

сама людина чи принаймні один і той самий тип радянської жінки. Космонавтці пропонується “протягнути руки крізь смерть” до “дівчат твоєї породи”.

Пізніше у виступі-привітанні народної артистки Гоголевої докладно і послідовно описуються різноманітні емоційні реакції на кожен із попередніх космічних польотів, і разом вони складаються в досить прямолінійний опис нормативного емоційного репертуару: захват від польоту Гагаріна; хвилювання під час польоту Титова (“Ви нам принесли дуже багато болісного хвилювання, у нас вже стало боліти серце, стало боліти в грудях», але ми так чекали ваших повідомлень з космосу і так нам було радісно”); “Полетів Адріан Ніколаєв, але знаєте, ми були за вас спокійні, були настільки в вас упевнені”; “І далі летить Валерій Биковський ... у нас було дуже велике хвилювання і разом з тим дуже велика впевненість”; “Це було так радісно, так гордо і так хвилююче”).

Передача завершується гумористичними куплетами (“Космонавтів відправляли, овочів в дорогу дали // Треба запитати в Валі, де цибулю діставали”), — у гуморі учасники передачі вдаються до того, що Кірстен Бонкер називає “ритуалізованою критикою” [Bonker, 2015, с. 397], тобто споживчою чи іншою критикою, яка на практиці є не запереченням існуючого режиму, а скоріше працює на його укріплення, оскільки зміцнює емоційну спільноту через спільні труднощі та спільні емоції, — навіть якщо цією спільною емоцією є невдоволення через відсутність у продажу зеленої цибулі.

*

Специфіка прямих ефірів, перебування телебачення у приватному домашньому просторі, а також підбір телевізійних особистостей допомагали встановити нові емоційні стосунки із глядачем. Про ці процеси говорили із використанням слів “інтимність”, “камерність”, “довіра” та метафор “гостювання”, хоча паралельно телебачення називають “зброєю ідеологічної боротьби”, — і навіть, поєднуючи ці дві метафори, “масовою зброєю ближнього бою”. Кейс “вогника” з запрошеними космонавтами ілюструє кілька процесів, типових для радянського телебачення 1960-х: присутність “зразкових” і “зразкових пересічних” особистостей; зміцнення спільноти через емоційно навантажені метафори (родинних зв’язків, гостювання); встановлення та демонстрація міцних інтерперсональних стосунків між людьми з різних груп, а також “підказки” щодо нормативного емоційного репертуару.

РОЗДІЛ 4. Як дивилися радянське телебачення

4.1. “В гості на телевізор”. Телебачення в радянському побуті

Телебачення поступово входило в радянське життя не тільки на рівні інформаційному, але й на рівні матеріальному — телевізор як об’єкт шукає свого місця в побуті й у практиках радянського споживання.

Як я вже згадувала, у 1950-х і сама держава була більше зацікавлена в телевізорі як символі добробуту, ніж у телебаченні як у засобі пропаганди. Сюзан Рейд пише, що забезпечення населення житлом та товарами широкого вжитку стало тим, через що постсталінський режим утверджував свою легітимність всередині країни та за кордоном” [Reid, 2018, с. 156–157]. З таким поглядом погоджується Крістін Рот-Ей [2007, с. 279]: “телебачення могло стати емблемою соціалістичного «хорошого життя» і доказом радянської конкурентоспроможності на домашньому фронті Холодної війни”. Телевізор також мав стати частиною “хорошого життя”, доступного для всіх [Roth-Ey, 2007, с. 283].

Думку про те, що “телебачення припиняє бути розкішшю і перетворюється на потребу”, можна зустріти вже у 1956-му [*Литературная газета*, 1956, №56, с. 1]. Статистика, зібрана у 1960-х, “не виявила прямого зв’язку між рішенням людини купити телевізор і рівнем зарплати, професійною діяльністю чи освітою; купували телевізори люди з усіх соціальних груп” [Roth-Ey, 2007, с. 284]. Відтак, принаймні для частини майбутніх телеглядачів покупка телевізора була пов’язана з необхідністю економити і відкладати. Глядачка з Севастополя зізнається в листі, що “позаздрила людям, що мають телевізори” і домовилася з чоловіком “на всьому економити” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 66–68зв]. Глядач з Дніпропетровська пише, що кожен громадянин “купує телевізор за рахунок економії у витратах на свої та сім’ї потреби” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 33]. Лист телеглядачки з Одеської області підтверджує, що відкладання грошей могло тривати досить довго: “Давно ми мріяли про телевізор, два роки збирали гроші” [*Правда Украины*, 1962, №296, с. 2]. Відносно висока вартість телевізора часто підсилює пізнішу фрустрацію і роздратування через якість чи зміст телепередач.

Присутність нової технології і відносно дорогої речі у побуті дуже різних соціальних груп знаходить своє відображення в радянських анекдотах навіть пізнішого, вже Брежнєвського періоду: “Брежнєв і Ніксон

здійснюють прогулянку на вертольоті над робітничими передмістями Москви. Під ними бараки з лісом телевізійних антен. Ніксон: «Ви нас не тільки наздогнали, а й перегнали. У нас у свинарниках телевізорів ще не ставлять» [Мельниченко, 2023, 2937A]. Цей анекдот, зафіксований в 1970-му році, в певному сенсі “відбувся в реальності” ще у 1955-му, коли американська журналістка Маргеріт Гітінс поділилася у своїй книзі “*Red Plush and Black Bread*” враженнями від поїздки до СРСР: одним з найдивніших видовищ для неї стали телевізійні антени на дахах дерев’яних будинків [цит. за Roth-Ey, 2007, с. 282].

Проте на економії та пошуках телевізора у продажі фрустрація не завершується: легітимізація споживання і прагнення до добробуту як такі викликають у людей амбівалентні почуття, — своєрідну суміш щастя, тривоги, сумнівів і навіть провини.

На думку Сюзан Рейд, у наративах хрущовської доби новосілля є символічним моментом досягнення щастя [*accession to happiness*]. Але після радісного та безтурботного святкування, “коли гості роз’їжджаються, а нові мешканці залишаються наодинці, приходить тривога”: тепер перед мешканцями нової квартири відкривається “масштаб незнайомих завдань, які чекають на них попереду: облаштувати цей простір, перетворити його на затишний дім і «жити відповідно до нього»”, — нові радянські квартирновласники і споживачі “щасливі і належним чином вдячні, але не безтурботні” [Reid, 2009, с. 153].

Те, що “принаймні деякі радянські люди неоднозначно ставилися до споживацтва” [Reid, 2002, с. 250], добре видно з роздумів і переживань навколо покупки телевізора. У спогадах та щоденниках можна знайти немало прикладів, коли покупка телевізора пов’язана з соромом і провиною, часто перед старшим, воєнного часу поколінням: “Відчуваю себе винним перед моїми близькими, яких уже немає, за сите, забезпечене існування, за міщанство, що проявляється в сімейному побуті. Як можна не замислюватися про спосіб, сенс життя, просиджувати вечорами перед телевізором?” [Матвеев, 3.10.1969].

Соціалістичне “хороше життя”, яке начебто заохочується, треба було якось відрізнити від “міщанства” або “капіталістичного споживацтва”, які навпаки псують та розбещують. Відтак, радянські ЗМІ намагалися окреслити межу між “радянським домашнім щастям” та “американською мрією про споживання”, а також “виховати соціалістичне, «свідоме» ставлення до дому та матеріальних речей” [Reid, 2009, с. 146].

Проте це розрізнення не завжди вдавалося зробити ясним, і в різних контекстах телевізор потрапляв як до переліку необхідних, схвалених для нового постсталінського побуту речей, так і до списку символів пасивності, міщанства, розбещеності чи обмеженості. У відгуку на перевидання роману про молодь 1920-х автор протиставляє літературних героїв з їхньою “особливою чистотою та цілеспрямованістю помислів” героям сучасним, у яких мрії та уявлення про завтрашній день “не простягаються далі затишного маленького світу з телевізором і власною автомашиною” [*Литературная газета*, 1957, №77, с. 3]. Усі ці питання і сумніви одночасно циркулюють в публічному дискурсі та тривожать людей у его-документах.

Телевізор як символ добробуту і “радянського домашнього щастя” також можна бачити і як симптом певної емоційної “переорієнтації в часі”. Це помітно на контрасті зі сталінською добою. Говорячи про 1930-ті, Шейла Фіцпатрік [2000] описує особливу ієрархію теперішнього і майбутнього: теперішнє було часом, коли будувалося майбутнє, соціалізм, і це обґрунтовувало необхідність приносити жертви і долати труднощі. На думку Фіцпатрік, громадяни 1930-х навчилися “бачити речі такими, якими вони стають і мають бути, а не такими, якими вони є. Порожній рів — це майбутній канал; пустир, де були знесені старі будинки чи церква, захаращений сміттям і бур’янами, — це майбутній парк” [Fitzpatrick, 2000, с. 8–9]. І хоча в 1950-х подібна орієнтація на майбутнє точно не зникає, телевізор і домашній добробут по-новому акцентують теперішнє: відтепер, принаймні за деякими приватними щоденниковими спостереженнями, “комуністи поділяються на два типи: одні дуже [багато] працюють, маючи на увазі майбутнє щасливе життя, інші пробують [зараз] жити як щасливі (квартира, дача, машина, телевізор)” [Пришвин, 17.11.1952].

Коли ж телевізор вже куплено, постає потреба вписати стандартний телеапарат у “домашній затишок”, присвоїти та індивідуалізувати його. Прикрашання телевізора часом стає одним з перших кроків одомашнення простору після переїзду: “У другій половині дня знову розбирали речі. (...) Поставили на телевізор у вазочку три гвоздики” [З. Антонина, 9.09.1968].

Проте друга половина 1950-х і 1960-ті роки стають часом, коли поняття затишку, комфорту чи нормативної побутової естетики в цілому суттєво змінюються: новий затишок “переосмислено у модерністських термінах”, він “строгий, функціональний та гігієнічний”, чітко протиставлений буржуазному та сталінському минулому” [Reid, 2009, с. 154].

Коли телеглядач питає у листі, яких правил догляду за апаратом треба дотримуватися, газета додає до відповіді неочікувані роздуми про естетику, стверджуючи, що коли на телевізорі виставлено “рядок вазочок і фігурок з кераміки”, то це є ознакою поганого смаку власників [*Программы радио и телевидения*, 1969, №2, с. 39].

Проте стриманість, раціональність та помірність нового затишку викликає спротив. Сюзан Рейд пише, що “накриті скатертинами столи, одомашнення і пристосування під себе такого сучасного, стандартизованого обладнання, як радіоприймачі чи телевізори, (...) були глибоко вкорінені в традиційні уявлення про комфорт, домашнє господарство і жіночу цінність”, і вимога очистити дім від цих “ознак жіночої працьовитості та індивідуалізації стандартного житлового простору” створювала напругу та опір, а “атавістичні”, “дрібнобуржуазні” ідеали затишку все одно перемагали [Reid, 2002, с. 249–50].

У 1950-х і великою мірою в 1960-х телевізор дивилися разом — з родиною або з сусідами. Можна припустити, що вже згадані розмови про приватність та “інтимність” телебачення пов’язані не тільки з тим, що нове медіа, на відміну від кінематографа, “переїхало додому” до глядачів, але й із суто тілесними практиками перегляду: глядачі сиділи дуже близько до апарата, особливо до перших моделей з маленькими екранами, і також дуже близько одне до одного. Цю нетипову близькість телекритики помічають ще у 1950-х: “Ніде, як у телебаченні, актор так фізично не близький до глядача, який бачить і чує його на відстані одного–двох метрів” [*Литературная газета*, 1959, №43, с. 2]. Журнал “Соціалістична культура” за 1954 рік [№3, с. 25] пише, що в Москві на той момент “понад 150 тис. телевізорів, а це значить, що близько одного мільйона москвичів мають змогу дивитися телевізійні передачі”, — це дає приблизне уявлення, що за тодішніми оцінками на один телевізор припадало 6–7 телеглядачів.

Телебачення 1950-х об’єднувало в буквальному сенсі — відсутністю поділу передач за “цільовими аудиторіями” та спільним родинним досвідом перегляду. У середині й другій половині 1960-х газетні публікації згадують цей досвід вже навіть із певною ностальгією: “Пам’ятаєте, ще 10–12 років тому щовечірні телевізійні пильнування проходили, як правило, за рідкісної одностайності (...) Телеекран об’єднав старшокласника і його бабусю, тата-математика і маму-виховательку дитячих ясел. Він примирив смаки (...)” [*Советская культура*, 1965, №108, с. 2].

Владімір Саппак [1963] багато говорить про цей спільний досвід і простір проживання спільних емоцій (як з людьми на екрані, так і з людьми поруч): “дивитися телепередачу в порожній кімнаті, одному якось незатишно і менш цікаво, ніж коли біля телевізора зібралося кілька людей. У вас з’являється внутрішня потреба обмінятися репліками, *потреба розділити з присутніми ваші емоції*. Чи не тому біля телевізора так часто вголос коментують побачене, закликають зайнятих іншими справами поглянути на екран, взагалі *потребують одне одного?*” (курсив мій).

Не тільки телевізійні постаті метафорично “приходили в гості” до глядачів, але й глядачі приходили одне до одного на перегляд передач в буквальному сенсі, — у щоденниках усталюється фраза “піти на телевізор” (“Мама пішла їх проводити, Міша пішов на телевізор” [Балашова, 6.10.1959]; “кухар Лідка Кулавіна втекла на телевізор (...) о пів на другу кіно по телебаченню скінчиться, і буде обід” [Козаков, 21.10.1962]). Телевізор згадується як частина ритуалу частування гостей (“Був у Сермягінних. Пригощали чаєм і телевізором” [Швец, 6.04.1969]).

Про телевізор говорять як про розраду, як про тривожну ознаку прискорення часу, навіть використовують як своєрідний спосіб розпізнати соціальний статус за телевізійними смаками.

Его-документи показують, наскільки різними, нестабільними і амбівалентними є сенси, пов’язані з телебаченням: одна й та сама авторка в щоденникових записах за 27 і 31 березня 1965 згадує про телевізор спочатку як про символ безбарвного і порожнього життя (“Пропає мій син! Болото сіренького одноманітного життя, де найвищим благом залишається телевізор, затагне, засмокче його” [Покровская, 27.03.1965]), а потім — як про місце, де збирається разом щаслива молода родина (“Вечорами вони всі сидять біля телевізора, перекидаючись зауваженнями та жартами” [Покровская, 31.03.1965]).

Телевізор стає розрадою (“вечорами дуже нудно. Намагаюся заглушити журбу частим переглядом кінофільмів — і в кінотеатрах, і по телевізору” [Данияров, 4.04.1962]), у тому числі й особливо — для старших людей (“Бідолашна Любов Владімірівна з ранку до вечора проводить своє мимовільне дозвілля вдома, і єдина радість в неї в житті — це телевізор” [Вронский, 12.03.1962]; “Сад тільки-тільки починає плодоносити. Є телевізор — друг пенсіонера, і хороший радіоприймач” [Вронский, 12.01.1963]; “Студія пам’ятає про багатьох, але [не] про людей хворих старих

пенсіонерів які до міста кіно театру не ходять і що для них телевізор це розрада” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 9]).

Ще однією характеристикою практик перегляду стає звичка дивитися телевізійний вечір “від початку до кінця”, відкладаючи інші справи. У 1956-му році “*Литературная газета*” [№103, с. 1] пише, що “вже зараз вечірні години — це «святий» телевізійний час, на який з нетерпінням чекають і ревниво охороняють від різноманітних справ”. Документ “Перспективи розвитку телебачення в 1959–1965 р.р.” стверджує, що “телебачення вимагає зосередженої уваги телеглядача протягом всього часу прийому і не дозволяє одночасно займатись іншими справами”, як з радіомовленням, тому “телебачення розраховано на вечірній час, найкраще з 19 до 23 годин” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 5].

Телевізійна вечірня програма при цьому сприймалася як щось цілісне, наче передачі пов’язані між собою. Один телеглядач скаржитися до “*Литературной газеты*” [1958, №51, с. 3], що після “хвилюючої, романтичної та трагічної” п’єси, яка “глибоко схвилювала глядачів”, диктор оголосив, що “зараз ми будемо передавати урок танців”, — і такий урок виглядав безглуздо і недоречно.

Глядачі намагаються підлаштувати свій побутовий розклад під розклад телебачення, а коли це не вдається, — активно пишуть листи, вимагаючи змін. Робітниці Чорноморгідростроя (Одеса) пишуть колективного листа в Мінкультури зі скаргою, що новий час початку телепередач (18:00) не дозволяє їм закінчити домашні справи: “Кожна жінка, яка працює, повинна сходити на ринок, приготувати обід, прибрати, і, звільнившись від домашніх справ за 2 години, може і передачу подивитися” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 16]. Група робітниць Миколаївського шкіробувного комбіната має подібні претензії: “Зараз передача починається о 6-й годині, і все в домі перевернулося, обід ще не готовий, у домі не прибрано, наші діти ще не приготували уроки, чоловік повернувся з роботи, голодний і злий, а його дружина дивиться телепередачі разом зі своїм сімейством і сусідами, у яких ще немає телевізора” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 34].

Ці та подібні листи також піднімають питання гендерних ролей і гендерного поділу в споживанні телебачення. Американський дослідник Девід Павел [1975, с. 294] пише, що хлопчики та дівчата-підлітки в СРСР проводять приблизно однакову кількість часу перед телевізором, але заміжні жінки і молоді матері — набагато менше часу, ніж чоловіки (9,5

годин перегляду ТБ на тиждень для дорослих чоловіків, 4,5 години для дорослих жінок). Павел називає це “вимушеним аскетизмом”: за його даними, працюючі радянські жінки витрачали майже 4 години на день на догляд за домом, і це в 2,5 рази більше, ніж їхні чоловіки. У сім'ях з маленькими дітьми “молоді батьки мають майже 19 годин на тиждень на «культурне дозвілля», тоді як їхні дружини — лише 8” [Powell, 1975, с. 295].

Підлаштовувати телевізійний розклад під власний стиль життя пробують не тільки жінки, але й інші групи глядачів. Мешканці одного з сіл критикують КСТ за те, що передачі починаються надто рано (“слід провадити о 20–21 годині”) і навіть просять “розуміти різницю між тим, як планувати програми влітку чи в зимовий період” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 1]. Студенти тим часом просять починати молодіжні передачі після 21:00, оскільки “більшість студентів ледь-ледь встигають прийти додому” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 18–20].

*

Ставлення глядачів до нового масового медіа формується не тільки на рівні контенту телепередач, але й на суто матеріальному, побутовому рівні також: телевізор займає своє місце в радянській квартирі, викликаючи різноманітні, часом суперечливі емоції. Він стає бажаною річчю як символ добробуту й “хорошого життя”, але водночас провокує сором за “споживацтво”. Телевізор збирає навколо себе й об'єднує велику родину, лякає прискоренням часу, виступає розрадою та заспокоєнням для самотніх.

У 1950-х починаються формуватися нові побутові практики: запрошення сусідів “на телевізор”, спроби підлаштовувати домашні справи під розклад телетрансляцій. У цих практиках відображаються гендерні, вікові та інші соціальні поділи.

Глядачі не тільки адаптуються до телебачення, але й намагаються адаптувати його під себе, надсилаючи численні запити щодо часу чи формату телевізійного вечора.

4.2. “Культура спілкується сама з собою”. Телеглядач у діалозі з державою

Глядачі 1950–60-х багато висловлювались щодо телебачення і в різний спосіб намагалися комунікувати “з телебаченням”, тобто з керівництвом і працівниками телестудій. Ця комунікація проходила в форматі конференцій телеглядачів, листів у газети, листів безпосередньо на телестудії чи в інші пов’язані з телебаченням інституції — і навіть у форматі телефонних дзвінків. Листи “циркулювали” між установами, і тут цікаво прослідкувати, до кого зверталися глядачі (тобто кого вони бачили первинним адресатом і авторитетом, що міг би вирішити їхні телевізійні негаразди), а також — якою метафоричною мовою вони говорили з державою і як використовували ідеологічні кліше та авторитетний дискурс, щоб обґрунтувати свої скарги і вимоги.

Академічні дослідження масових медіа та їхньої аудиторії шукають межу “між могутніми медіа та могутніми глядачами”, тобто між розумінням медіа як здатних впливати на глядачів та розумінням глядачів як здатних впливати на медіа [Gorton, 2009, с. 12]. Важливе питання полягає в ступені агентності споживачів. Якщо, наприклад, роботи Теодора Адорно транслиують “уявлення про медіа як потужного агента контролю, а аудиторію — як пасивного реципієнта”, пізніше усталюється думка, що “популярна культура твориться людьми, а не виробляється культурною індустрією. Усе, що може зробити культурна індустрія, — це створити репертуар текстів або культурних ресурсів, які різні групи людей можуть використовувати або відкидати в процесі творення своєї власної популярної культури” [Gorton, 2009, с. 15].

Досліджуючи листи, які приходили на Центральне телебачення, Кірстен Бонкер говорить, що їх не варто сприймати як репрезентативну вибірку чи усереднений портрет аудиторії [Bonker, 2015, с. 372]. Але навіть “нерепрезентативне” листування має цінність для розуміння механізмів комунікації радянської людини з державою, оскільки “листи до масових медіа по-новому пов’язали приватну та публічну комунікацію” [Bonker, 2015, с. 388]. На думку Бонкер [2015, с. 397], висловлювання телеглядачів варто розглядати “у ширшому контексті листування з партійно-державними установами, місцевими та національними чиновниками, що було загальноприйнятим способом контакту з режимом на особистих засадах” [Bonker, 2015, с. 396]. Але водночас така комунікація “виходила за межі

індивідуальних інтересів. Вона стосувалася уявлених або реальних спільнот” [Bonker, 2015, с. 373].

Емоційні зв'язки телеглядачів зі сформованою телебаченням популярною культурою, підкріплені досвідом “приватного листування”, можна розглядати як “динамічний, можливо, навіть амбівалентний процес, який врешті-решт призводить до прийняття певних суспільних цінностей і поглядів. Таким чином, телебачення створило проміжний простір, де актори домовляються про інтерпретації, значення і, врешті-решт, соціокультурні баланси влади” [Bonker, 2015, с. 381].

Кірстен Бонкер навіть припускає [2015, с. 373], що саме така комунікація сприяла стійкості радянського режиму, а “культура споживання 60-х і 70-х років, що охоплювала товари, послуги, смаки і засоби масової інформації, стала об'єднуючим фактором, який утримував режим і суспільство разом” [Bonker, 2015, с. 381].

Телеглядачі комунікували з телебаченням не тільки за допомогою листів. Протягом 1950-х дзвінки на телестудії були на диво поширеним способом висловити свою думку щодо передачі чи навіть вплинути на неї. Преса фіксує цю практику: “Телебачення критикують усі: від найбільш нетерплячих глядачів, які намагаються своїм телефонним дзвінком безпосередньо вплинути на зміст передачі, яка вже триває, до маститого народного артиста” [Литературная газета, 1960, №111, с. 2, курсив мій]. Принаймні в деяких передачах така спроба глядацького “втручання” була успішною або навіть бажаною. Редактор суспільно-політичних передач ЦТ Фокін [1988] згадує, що під час передачі “*Эстафета новостей*” на студію телефонували глядачі з проханням поставити гостеві “Естафети” запитання або висловити певне міркування, і отримавши записку від редактора, ведучий, як правило, знаходив можливість повідомити співрозмовнику питання телеглядача.

Спогади багатьох працівників Центральної студії також показують, що в ці роки телевізійники частіше спиралися на дзвінки, ніж на листи, зокрема через динамічність телебачення і бажання отримати миттєву реакцію: “Після ефіру — до кабінету директора. Там уже сидять мої колеги (...) Напружено чекаємо дзвінків глядачів. Що вони скажуть?” [Старкова, 1988]. Дзвінки використовувалися і для скарг на зміни в програмі. Глядач з Кіровограда пише лист зі скаргами вже після того, як проблему зі скасованою телетрансляцією не вдалося вирішити телефоном [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 20–21].

Окрім дзвінків та листів, вже на початку 1950-х усталюється практика проводити конференцій з телеглядачами, причому не тільки в великих містах, звідки працюють телецентри. Наприклад, “Советская культура” у 1954 році [№103, с. 1] фіксує першу конференцію телеглядачів в Борисполі, на якій критикували зміст деяких передач, скаржилися, що “дво- або тригодинні передачі без антрактів втомлюють”, а також просили збільшити кількість передач “з клубів і парків, зі стадіонів та спортивних майданчиків”.

Типова конференція складалася зі вступного слова одного з керівників студії, в якій розповідалося про прогрес в роботі телебачення; серії питань і відповідей, а потім — вільного обговорення, під час якого глядачі висловлювали свої запити, побажання, критику чи загальні міркування [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 20]. Конференції також були дуже різними за масштабом, наприклад, у межах 1957-го року на конференції телеглядачів у Сільськогосподарській академії були присутні 300 студентів та викладачів, на конференції на заводі “Трансигнал” — 25 осіб, а на конференції телеглядачів заводу “Більшовик” — всього троє [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 1–2, 23в–5, 14].

Починаючи з 1960-го, конференції телеглядачів стають повсюдною практикою. По-перше, на цей момент роботу вже почали Київська, Харківська, Донецька, Одеська, Львівська, Дніпропетровська, Луганська, Сімферопольська, Запорізька, Херсонська та Миколаївська телестудії. По-друге, залучення “громадськості” до роботи телебачення було частиною Постанови “Про подальший розвиток...” 1960 року. У кварталних планах на 1960 рік майже всі студії планують конференції телеглядачів. Харківська студія телебачення закладає на 4 квартал кілька конференцій, а також окрему зустріч із найбільш активними кореспондентами редакції [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 83, 95]. Дніпропетровська студія створює при редакціях громадські ради і планує щомісячні обговорення передач на підприємствах та в науково-дослідних інститутах [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 10–11]. Луганська студія планує проводити щонайменше одну подібну конференцію на місяць “для усунення недоліків” в своїй роботі [Правда України, 1960, №199, с. 4].

Американський дослідник радянського телебачення Девід Павел ставиться до таких конференцій скептично, називаючи їх не придатними для вивчення настроїв аудиторії: “Ретельно організовані та контрольовані владою, вони є не стільки інструментом соціологічних досліджень, скільки

«ідеологічним заходом», покликаним розповісти глядачам про переваги радянського телебачення» [Powell, 1975, с. 290].

З одного боку, на подібних конференціях учасники дійсно використовують ідеологічні штампи, з іншого ж, протоколи зустрічей показують, що попри “офіційність” і “контрольованість” глядачі досить вільно говорять про свої невдоволення і потреби. Учасники однієї з фабричних конференцій телеглядачів питають, “навіщо займають години в неділю сільсько-господарськими передачами, тоді, коли в неділю всім хочеться відпочити?” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 11]. Глядачі з села у Київській області скаржаться, що театральні постановки студія “чомусь розбиває кінохроніками та агітаційними передачами, а це розбиває і враження від постановки” і пропонують винести кінохроніки та агітпередачі окремо [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 12].

“Правда України” [1960, №136, с. 3] розповідає про конференцію 1960-го року, влаштовану спільними зусиллями редакції газети та Київської телестудії. За метафорою кореспондента, “працівникам студії довелося випити гіркого”. Пенсіонерка Р. Зас заявила телевізійному керівництву, що “від деякої пропаганди Київської телестудії не наближати майбутнє, а спати хочеться”. Г. Гамолова, яка представила себе як “агітатора і пропагандиста”, повідомила про такий діалог щодо нещодавньої передачі, яка мала б “допомогти їй в бесіді”: “Приходжу «до своїх». «Здрастуйте!» — «Здрастуйте!» «Дивилися телевизор?» — «Дивилися. Але як почалося раз за разом «піднесення», так вимкнули...». (...) «Піднесення»? (...) — прекрасне слово. Але як не втратити смак до нього, якщо за десять хвилин з екрана телевизора його монотонно пробубнять 15 разів. Адже це просто блюзнірство — без вогню, без пристрасті, нудною бюрократичною мовою розповідати про велике, відбивати охоту слухати! Але ж було рішення партії про пропаганду. Де ж душа, де вигадка?” [Правда України, 1960, №136, с. 3].

Цей і подібні діалоги ілюструють, як телеглядачі стають співтворцями символічного “коду” телебачення, тобто створюють і підтримують цикли зворотного зв’язку, у межах яких розповідають, як саме вони сприймають той чи інший формат семіотичного “кодування” телевізійного повідомлення і яким хочуть його бачити.

Дослідники медіа, давно відійшовши від концепції пасивного “споживання” медіа продуктів, багато говорять про “кодування і декодування” повідомлень. Джон Фіске та Джон Гартлі [2005(1978), с. 50] порівнюють це з виокремленням поживних речовин з їжі: “подібно до того,

як наші метаболічні процеси перетворюють те, що ми їмо, на речовини, які можна засвоїти, так і наші культурно засвоєні коди та конвенції перетворюють те, що ми дивимося, з простого зовнішнього стимулу на справжню комунікацію, де повідомлення не лише приймається, але й декодується, розуміється і на нього реагують”. Фіске та Гартлі [2005(1978)], порівнюють роль телебачення із роллю барда у суспільствах з малим поширенням писемності, — тобто з роллю “медіатора”, а не Автора. Повідомлення, трансльовані медіатором, організовано відповідно до потреб культури, “для вух і очей якої вони призначені”, а не “відповідно до внутрішніх потреб «тексту» чи індивідуального комунікатора”. Посилаючись на Ролана Барта, вони показують, що посередник (“бард” або “шаман”) не є повноцінним автором повідомлення в сучасному розумінні, він тільки переповідає певне спільне знання про світ, — і тут оцінюється та викликає захоплення саме його “гра”, тобто “майстерність володіння наративним кодом”. Але справжнім авторитетом як для бардівських, так і для телевізійних повідомлень є “аудиторія, мовою якої вони закодовані” [Fiske, 2005(1978), с. 65]. Дослідники вважають, що у просторі телебачення “культура спілкується сама з собою через посередництво професійних комунікаторів” [Fiske, 2005(1978), с. 62].

Спроби глядачів впливати на телебачення, корегувати і “домовлятися” про телевізійні коди можна вважати досить успішними. Робота з листами і відгуками глядачів включала не тільки облік їхніх побажань і письмові відповіді на листи, але й створення циклів телепередач за їхніми замовленнями [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 43]. У 1959 художній керівник Київської студії звітує, що автор одного з листів “був запрошений на бесіду до студії” разом з іншими глядачами, і товариші “одержали вичерпну відповідь на запитання” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 33].

На центральному телебаченні відділ для роботи з листами, окремий від аналогічного відділу для листів радіослухачів, було створено в 1957 році [Bonker, 2015, с. 384]. За статистикою, яку наводить Кірстен Бонкер [2015, с. 389], ЦТ отримало близько 40 тисяч листів у 1960-му, 150 тисяч у 1965-му, майже 200 тисяч у 1968-му. У 1970 році Центральне телебачення зареєструвало майже стільки ж листів, скільки й Центральне радіо — близько 400 тисяч [Bonker, 2015, с. 390].

Листування зміцнює зв’язок емоційний зв’язок глядачів із медіа, а також формує і підтримує відчуття спільного для всіх інформаційного та культурного простору — не тільки на рівні зв’язку між українськими

містами, але й на рівні усього Радянського Союзу. Наприкінці 1960-х, коли в СРСР вже добре налагоджено обмін і ретрансляцію передач між республіками, Київська студія фіксує в довідці про роботу з листами, що “на передачі «Будильник», «Тобі, юність!» та інші надходили листи з Челябінська, Калуги, Астрахані, Ростова, Рязані тощо” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 5]. На адресу музичної редакції надходили листи з різних міст: “Більшість — з Алма-Ати, Ленінграда, Новосибірська, Владивостока, Мурманська. Часто приходять листи з Казахстану” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 8].

У довідці з роботи з листами директор КСТ пише, що “в межах можливості, ми задовольняємо просьби глядачів” щодо показу художніх фільмів, якщо вони є в доступі телестудії, чи показу театральних вистав. [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 8, 11].

Враховувалися листи і під час підготовки передач. Популярна сатирична передача “Телегачок” на 75% готувалася саме за листами [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 11]). Також за листами глядачів готувалась одна з передач “Подвиг” (присвячена учасникам Другої світової війни), ряд сторінок програми “Рідне місто моє”, передачі з циклу “Радимо, пропонуємо, повідомляємо”. Листи від дітей також ставали основою для передач. На матеріалах кореспонденції одна з редакцій розпочинає цикл “Поштовий калейдоскоп” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 11–12].

Цікаво, що автори листів не тільки замовляли фільми та спектаклі, скаржилися на тематику, якість чи таймінг передач, але й просили у телебачення прикладних медичних чи побутових порад (“Досить багато надходить листів і на адресу редакції науки, культури та побуту — з проханням допомогти у лікуванні, ліками, порадами і таке інше. Всі ці прохання по можливості, задовольняються” [ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 10])).

Архівні джерела показують, що листи не завжди відразу знаходили свого адресата. Намагаючись вплинути на телебачення, глядачі писали до газет республіканського чи загальнорадянського рівня (наприклад, в “Правду”, “Известия”, “Советский спорт”, “Перець” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 75, 79, 84, 86]), або до пов’язаних з роботою телебачення інституцій (Міністерства культури УРСР [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 31], Міністерства зв’язку, Ради Міністрів УРСР, Центрального комітету Комуністичної партії України [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 72, 7, 12])). Нерідко листи продовжували свій рух від інстанції до інстанції.

Наприклад, редакція газети “Труд” пересилає лист телеглядача з Дніпропетровська до Управління телебачення в Києві, і вже звідти цей лист переадресовано директору Дніпропетровської студії [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 30]. Перенаправляючи лист, газети зазвичай залишають примітку “просимо повідомити про результати автору листа і редакції” [наприклад, ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 27]. Іноді глядачі цілеспрямовано пишуть до газет із проханням розмістити їхнього листа зі скаргами чи роздумами щодо телебачення саме в газеті, а не пересилати його далі [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3080 Арк. 11].

Листи глядачів також становлять окремий інтерес з точки зору метафор, риторичних прийомів та аргументації, якою вони підкріплюють свої скарги та запити. Автори листів досить майстерно використовують і інструменталізують “офіційну риторiku” для висловлення та просування власних приватних та емоційних інтересів, поєднуючи та змішуючи ці дві площини.

Телеглядач з Дніпропетровська, пишучи до газети “Труд” щодо відсутності нових кінокартин, робить уточнення, що “звичайно, ми виключаємо з цього переліку історичні картини великого Жовтня, ці картини потрібні, і дивляться їх із задоволенням” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 33]. Пенсіонер з Києва, вимагаючи від телестудій трансляції уроків англійської мови для себе і для молоді, апелює до того, що московська студія показує такі уроки, а відтак “цей захід не є новинкою, і в цьому разі навіть найобережнішій людині нема чого думати про те, «як би чого не вийшло» (...) викладання іноземних мов по телебаченню давно стало звичайним явищем” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 7–73в].

Глядач з Луганська, який описує себе як “старий дореволюційний шахтар пенсіонер”, підкріплює свій запит на більшу кількість народної музики, хорів та ансамблів фразою “Старість наша забезпечена не тільки матеріально, а й духовно: до наших послуг газети, журнали, книжки, кіно і нарешті телебачення. Усе це робить нашу старість не нудною і підвищує культурний рівень, за що велике спасибі Партії та Уряду” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 12–13].

Глядачі послідовно цитують пропагандистську риторiku і в цілому вправно використовують мову держави для діалогу з нею ж самою. Глядач з Житомира, критикуючи погану якість денних передач і відсутність хороших фільмів, пише, що робота студії побудована “не так як сказано в програмі партії «Все для людини»” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 8].

Глядачі згадують, що “ще В.І. Ленін говорив про важливе значення кіно” — і пропонують телевізійникам подивитися, “яка велика кількість фільмів йде в кінотеатрах міста” і як мало нових фільмів на ТБ [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 64–64зв]. Відмову кінопрокату співпрацювати з телебаченням намагаються підважити апеляцією до образу справжнього комуніста: “Уже сьогодні велику допомогу телецентру нашої області може надати обласна контора кінофікації (треба вважати, що керують цією конторою комуністи, і вони надаватимуть нові фільми телецентру, незважаючи на те, що це не вигідно кінофікації)” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 54]. Глядач з Дебальцева спирається на начебто спільні для радянських людей моральні та емоційних норми: “У нашій країні немає більшої ганьби як невиконання взятих зобов’язань. Ці зобов’язання часто не виконують телестудії” [ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 76–76зв].

*

Серед усіх змін, що відбулися протягом 1950–60-х, діалог глядача з телебаченням і державою залишався незмінним: почавшись майже одночасно із першими регулярними трансляціями, він більше не припинявся.

Кількість листів на телебачення послідовно зростала, проте листування не було єдиною формою цього діалогу. Телеглядачі активно телефонували на студії, часто навіть під час програми, і такі дзвінки давали телевізійникам можливість майже миттєво оцінити свої успіхи та невдачі — і адаптувати програми відповідно до них. Студії регулярно проводили конференції глядачів, виступи на яких бували досить критичними.

У своїх “перемовинах” з телебаченням і державою глядачі досить вправно поєднували ідеологічні кліше та “правильну” риторику з розповідями про власні приватні потреби та інтереси, часто досягаючи успіху та врахування своїх вимог.

ВИСНОВКИ

Взаємодію між телебаченням і аудиторією Джон Фіске пропонує порівняти з моментом, коли ми, швидко гортаючи книжку, натрапляємо на літери, надруковані так, що вони нагадують наше власне ім'я: “ви готові впізнати його знайому форму навіть тоді, коли не усвідомлюєте, що «читали» цю інформацію. Так само і телебачення представляє нам безперервний потік зображень, майже всі з яких глибоко знайомі за структурою і формою. Воно використовує коди, тісно пов'язані з тими, за допомогою яких ми сприймаємо саму реальність. (...) Воно показує нам не наші імена, а наше колективне «я»” [Fiske, 2005(1978), с. 4]

Щоб радянське колективне “я” було показаним і, головне, було побаченим, — телебачення 1950–60-х років об'єднувало три основні групи дієвців: самих телевізійників, — тобто людей “за лаштунками”; дикторів, акторів, більшою чи меншою мірою відомих телевізійних гостей, — тобто людей на екрані; а також телеглядачів, — тобто людей перед екранами. Свідома чи несвідома взаємодія цих трьох груп, з їхніми власними потребами і мотиваціями, вміщена в політичний, соціальний та культурний контекст тих років, сприяла формуванню і зміцненню радянського емоційного режиму. Цей процес більшою мірою відбувався через комплексну і часто хаотичну взаємодію, ніж через контрольований державний вплив “згори”.

Молоде покоління телевізійників, як було показано в першому розділі, у 1950-х нерідко приходило на телебачення “з вулиці”, несучи з собою захоплення технологією, ентузіазм щодо нового виду мистецтва — чи навіть неспроможність знайти себе в своїй першій професії. Усі вони потрапляли в хаотичне і не надто контрольоване середовище. Телебачення 1950-х і, частково, навіть 1960-х існувало в умовах інституційного конфлікту, недостатнього фінансування та організаційної плутанини. Перше десятиліття регулярних трансляцій держава була більше зацікавлена в телебаченні як у технології чи символі соціалістичного добробуту, ніж як у інструменті пропаганди. Епоха прямих ефірів, а також поступовий і нерівномірний розвиток об'єднаної телемережі призводили до помилок і певної розсинхронізації, але водночас відкривали простір для експериментів. Концепції спонтанності, щирості, “живого життя” на телебаченні ставали центральними в обговоренні телевізійної специфіки.

Завдяки телебаченню розмивається межа між приватним і публічним простором: через телебачення держава входить всередину радянської оселі

й намагається говорити з глядачем приватно, особистісно і зблизька. Повторюваними метафорами в розмовах про телебачення стають метафори гостей і гостювання. Телевізійні постаті щодня “приходять в гості” до телеглядачів, і глядачі встановлюють з ними емоційні стосунки. Найбільш “близькою” і знайомою фігурою стає постать диктора чи дикторки. Інші телевізійні гості репрезентують найрізноманітніші групи радянського суспільства: від героїзованих та ідеалізованих, відомих на весь СРСР постатей космонавтів, — до робітників чи колгоспників. Телебачення знаходиться в постійному пошуку “зразкової пересічної людини”, яка була б чи принаймні здавалася б глядачам “такою, як ми всі”. “Зразкова пересічна людина” була потрібна для укріплення емоційних зв’язків між глядачами, новим медіа і державою. У деяких телепередачах акцент зроблено навіть не стільки на окремих особистостях, скільки на контакті й зв’язках між ними: підмінивши політичні, економічні чи соціальні зв’язки між групами міжособистісними стосунками між представниками цих груп на екрані, телебачення зміцнює відчуття приналежності, а також прибирає потенційні суперечності “з поля зору” глядачів. І навіть коли медійні постаті прямо з екрана виступають із критикою окремих аспектів радянського життя, це швидше “ритуалізована критика”, спосіб розділити — і таким чином “перетравити” і послабити — політичну чи побутову фрустрацію.

Телеглядачі 1950–60-х намагалися вписати телевізор у новий постсталінський побут, відкладали гроші, вистоювали черги на покупку телеапарату і тривожилися про своє право на матеріальне благополуччя і “хороше життя”. Від перших років регулярних трансляцій глядачі не були пасивними споживачами: беручи участь у глядацьких конференціях, телефонуючи на студії і пишучи численні листи з найрізноманітнішими претензіями та запитам, вони вступали в приватно-публічний діалог з телебаченням і, через нього, із самою державою. Часто цей діалог ставав простором “перемовин”, в якому глядачі певною мірою “інструктували” державу про свої потреби та уподобання або навіть про мову, якою держава має із ними говорити.

Ці два десятиліття стали періодом суттєвих змін. Якщо перші диктори могли бути майже випадковими людьми, на початку 1970-х вже є дикторські школи і чіткі вимоги до професії, дикторів пропонується “готувати як космонавтів”. Прямі ефіри зрештою відступають під тиском нових технологій відеозапису, а також бажання держави зменшити вартість виготовлення телепередач, полегшити обмін передачами і посилити контроль над їхнім змістом. У столицях та деяких обласних центрах

радянських республік налагоджено постійну трансляція Центрального телебачення, і окремі “телеострівці” об’єднуються в “єдину теледержаву”. Регіональні телестудії більше не перекривають мовлення ЦТ чи одна одної, і центральне мовлення фіксує своє право на постійну присутність в усіх республіках.

Зрештою, указом Президії Верховної Ради СРСР від 12 липня 1970 р. Комітет з радіомовлення і телебачення перейменовано на Комітет з телебачення і радіомовлення [*О партийной и советской печати...*, 1972, с. 554], — і ця бюрократична зміна, яка просто поміняла два слова місцями, також знаменує нове місце телебачення в радянській державі.

ПЕРШОДЖЕРЕЛА

Газети і журнали

Литературная газета

Советская культура

Советская Украина

Известия

Правда Украины

Літературна газета

Радянський спорт

Спортивна газета

Перець

Советский экран

Советское радио и телевидение

Соціалістична культура

Вопросы киноискусства

Новый мир

Программы радио и телевидения

Спогади та его-документи

1. Амитров, О. (1963, червень 16). <https://corpus.prozhito.org/note/497176>
2. Балашова, Е. (1959, жовтень 6). <https://corpus.prozhito.org/note/748639>
3. Борецкий, Р. (1988). Откровения дилетантов. В А. Розов (Ред.)
Шаболовка 53: Страницы истории телевидения. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Boretsky1988.md
4. Воскресенская, М. (1968, липень 11).
<https://corpus.prozhito.org/note/609400>
5. Вронский, Б.
(1962, березень 12). <https://corpus.prozhito.org/note/180494>
(1963, січень 12). <https://corpus.prozhito.org/note/292276>
6. Габрилович, А. (1988). Время неожиданностей. В А. Розов (Ред.)
Шаболовка 53: Страницы истории телевидения. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Garbilovitch1988.md
7. Данияров, А. (1962, квітень 4). <https://corpus.prozhito.org/note/798692>

8. Дмитриев, Л. (1988). Телевизионная спираль. В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Dmitriev1988.md
9. Дмитриев, С. (1957, вересень 19–30).
<https://corpus.prozhito.org/note/801972>
10. З., А. (1968, вересень 9). <https://corpus.prozhito.org/note/603683>
11. Зон, Б. (1961, квітень 14). <https://corpus.prozhito.org/note/311603>
12. Инбер, В. (1963, квітень 5). <https://corpus.prozhito.org/note/725144>
13. Каманин, Н. (1963, липень 14). <https://corpus.prozhito.org/note/29308>
14. Кириллов, И. (1988). Глазами диктора. В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Kirillov1988.md
15. Козаков, Н. (1962, жовтень 21). <https://corpus.prozhito.org/note/245755>
16. Козловский, В. (2002). *Телевидение. Взгляд изнутри. 1957–1996 годы*. Москва: Готика.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Kozlovskiy2002.md
17. Кознова, О. (1988). Что вспоминается... В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Koznova1988.md
18. Матвеев, В. (1969, жовтень 3). <https://corpus.prozhito.org/note/669694>
19. Месяцев, Н. (2005). *Горизонты и лабиринты моей жизни*. Москва: Вагриус.
20. Покровская, Н.
(1965, березень 27). <https://corpus.prozhito.org/note/321019>
(1965, березень 31). <https://corpus.prozhito.org/note/321021>
21. Пришвин, М. (1952, листопад 17).
<https://corpus.prozhito.org/note/511916>
22. Старкова, А. (1988). Встреча с юностью. В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство.
https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Starkova1988.md
23. Фокин, Ю. (1988). “Эстафета” берет старт. В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство.

24. Шве́ц, В. (1969, квітень 6). <https://corpus.prozhito.org/note/62491>
25. Юровский, А. (1988). Рождение репортажа. В А. Розов (Ред.) *Шаболовка 53: Страницы истории телевидения*. Москва: Искусство. https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Yurovskiy1988.md

Радянська телекритика

1. Багиров, Э., Кацев, И. (1968). *Телевидение, XX век: Политика. Искусство. Мораль*. Москва: Искусство.
2. Саппак, В (1963). *Телевидение и мы. Четыре беседы*. Москва: Искусство. https://raw.githubusercontent.com/OlenaGapak/thesis_sources/refs/heads/main/Sappak1963.md
3. Егоров В., Юровский А. и др. (1999). *Очерки по истории российского телевидения*. Москва: Воскресенье, 1999.

Архівні джерела

1. *Протоколи конференцій з телеглядачами, присвячені обговоренню роботи Київської студії телебачення (1957)*. ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 38 Арк. 20
2. *Материалы о Харьковской областной телестудии (1957)*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1848 Арк. 48
3. *Переписка со студиями телевидения Украины по планам телевидения (1957)*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 1849 Арк. 48
4. *Переписка с ЦК КП Украины о развитии телевидения в Украинской ССР в 1959–1965 гг. (1959)*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2382 Арк. 67
5. *Письма-жалобы телезрителей за 1959 и переписка с ними*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2394 Арк. 100
6. *Письма-жалобы телезрителей и переписка по затронутому в них вопросу (1960)*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2729 Арк. 40
7. *Протоколи засідань художньої ради по обговоренню телевізійних вистав (1959)*. ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 59 Арк. 7
8. *Квартальные и месячные тематические планы основных передач студий телевидения УССР на 1960 год*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 2718 Арк. 96
9. *Письма телезрителей и ответы на них (1961)*. ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3080 Арк. 52

10. *Письма телезрителей и ответы на них* (1962). ЦДАВО. Ф. 4915 Оп. 1 Спр. 3377 Арк. 92
11. *Протокол конференції телеглядачів про обговорення передач Київської студії, довідка про роботу з листами глядачів* (1967). ЦДАВО. Ф. 4667 Оп. 1 Спр. 121 Арк. 12

Законодавчі документи

1. Верховный Совет СССР. Закон от 19 марта 1946 г. “О пятилетнем плане восстановления и развития народного хозяйства СССР на 1946–1950 гг.” В Окорочков, А., Климанова, Л. (сост). (1972). *О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. Сборник документов и материалов*. Москва: Мысль. — с. 526.
2. *КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. Документы и материалы*. (1979). Москва: Политиздат.
3. Окорочков, А., Климанова, Л. (сост). (1972). *О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. Сборник документов и материалов*. Москва: Мысль.
4. Постановление Совета Министров СССР № 1076. (1957). Об утверждении Положения о Государственном комитете по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР.
5. Постановление Совмина СССР № 1689 (1955). О мероприятиях по дальнейшему развитию телевизионного вещания в СССР.
6. Постановление ЦК КПСС. (1962). О мерах по дальнейшему улучшению работы радиовещания и телевидения. В *Справочник партийного работника* (1963). Вып. 4, — с. 423–429

Візуальні джерела

1. Укркінохроніка. <https://www.youtube.com/@ukrkinochronika2363>
2. Госрадиотелефонд. <https://www.youtube.com/@gtrftv/videos>
3. Суспільне.Медіатека. <https://mediateka.suspilne.media/>
4. Львівський Центр міської історії. <https://uma.lvivcenter.org/>
5. Гостелерадиофонд. (2020, жовтень 16). *Голубой огонек. Звездная эстафета. В гостях — советские космонавты* (1963) [Відео]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hJmXNspA4vo>

БІБЛІОГРАФІЯ

- Ahmed, S. (2004). Collective Feelings: Or, the Impressions Left by Others. *Theory, Culture & Society*, 21(2), 25–42. <https://doi.org/10.1177/0263276404042133>
- Ahmed, S. (2014). *The cultural politics of emotion* (Second edition). Edinburgh University Press.
- Balina, M., & Dobrenko, E. A. (Eds.). (2009). *Petrified utopia: Happiness Soviet style*. Anthem Press.
- Barclay, K. (2017). Introduction: Emotions and Change. *Emotions: History, Culture, Society*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.1163/2208522X-00102002>
- Barclay, K. (2020). *The history of emotions: A student guide to methods and sources*. Macmillan Education UK.
- Barclay, K. (2021a). State of the Field: The History of Emotions. *History*, 106(371), 456–466. <https://doi.org/10.1111/1468-229X.13171>
- Barclay, K., Crozier-De Rosa, S., & Stearns, P. N. (2021b). *Sources for the history of emotions: A guide*. Routledge.
- Barclay, K., & Stearns, P. N. (2023). *The Routledge history of emotions in the modern world*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Barua, R., Lämmert, S., Sarioğlu, E., & Wambach, J. (2024). Intellectual Journeys towards Emotions: A Conversation among Feminist Scholars. *Past & Present*, 265(1), 274–314. <https://doi.org/10.1093/pastj/gtae005>
- Bens, J. (Ed.). (2019). *The politics of affective societies: An interdisciplinary essay*. Transcript.
- Boddice, R. (2014). The affective turn: Historicizing the emotions. In C. Tileagă & J. Byford (Eds.), *Psychology and History* (1st ed., pp. 147–165). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139525404.011>
- Boddice, R. (2018). *The history of emotions*. Manchester University Press.
- Bönker, K. (2015). “Dear Television Workers...”: TV Consumption and Political Communication in the Late Soviet Union*. *Cahiers Du Monde Russe*, 56(2–3), 371–399. <https://doi.org/10.4000/monderusse.8188>
- Bönker, K. (2020). *Television and political communication in the late Soviet Union*. Lexington Books.
- Bourdieu, P. (2011). *On television*. Polity Press.
- Crowley, D., & Reid, S. E. (Eds.). (2010). *Pleasures in socialism: Leisure and luxury in the Eastern Bloc*. Northwestern University Press.

- Döveling, K., & Konijn, E. A. (Eds.). (2021). *Routledge international handbook of emotions and media*. Routledge.
- Edele, M. (2007). Soviet Society, Social Structure, and Everyday Life: Major Frameworks Reconsidered. *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, 8(2), 349–373. <https://doi.org/10.1353/kri.2007.0025>
- Evans, C. (2015). The “Soviet Way of Life” as a Way of Feeling: Emotion and Influence on Soviet Central Television in the Brezhnev Era. *Cahiers Du Monde Russe*, 56(2–3), 543–569. <https://doi.org/10.4000/monderusse.8201>
- Evans, C. E. (2016). *Between truth and time: A history of Soviet Central Television*. Yale University Press.
- Fiske, J., & Hartley, J. (2005). *Reading television* (2. ed., Repr). Routledge.
- Fitzpatrick, S. (2000). *Everyday Stalinism: Ordinary Life in Extraordinary Times: Soviet Russia in The 1930s*. Oxford University Press, Incorporated.
- Fraser, E. L., & Tonkykh, K. (2021). Cosmonaut Gossip: Socialist Masculinity as Private-Public Performance in the Kamanin Diaries. *Aspasia*, 15(1), 61–80. <https://doi.org/10.3167/asp.2021.150105>
- Frevert, U. (2011). *Emotions in history: Lost and found*. Central European Univ. Press.
- Frevert, U. (2024). *Writing the History of Emotions: Concepts and Practices, Economies and Politics* (1st ed). Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781350345911>
- Frevert, U., Scheer, M., & Schmidt, A. (2014). *Emotional lexicons: Continuity and change in the vocabulary of feeling 1700-2000* (First edition). Oxford University Press.
- Fürst, J. (2010). *Stalin’s last generation: Soviet post-war youth and the emergence of mature socialism*. Oxford University Press.
- Gorton, K. (2009). *Media audiences: Television, meaning and emotion*. Edinburgh University Press.
- Gumbert, H. L. (2014). *Envisioning socialism: Television and the Cold War in the German Democratic Republic*. University of Michigan Press.
- Higgins, M. (1955). *Red Plush and Black Bread: Marguerite Higgins*. <https://books.google.es/books?id=Gr2ayQEACAAJ>
- Hopkins, M. W. (1970). *Mass Media in the Soviet Union*. Pegasus. <https://books.google.es/books?id=yGhBAAAAIAAJ>

- Huxtable, S. (2014). The Problem of Personality on Soviet Television, 1950s-1960s. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 3(5), 119. <https://doi.org/10.18146/2213-0969.2014.jethc062>
- Knatz, J. (2023). History of Emotions and Intellectual History. In S. Geroulanos & G. Sapiro, *The Routledge Handbook of the History and Sociology of Ideas* (1st ed., pp. 275–291). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003093046-19>
- Kozlov, D. A. (2013). *The readers of Novyi Mir: Coming to terms with the Stalinist past*. Harvard university press.
- Matt, S. J. (2011). Current Emotion Research in History: Or, Doing History from the Inside Out. *Emotion Review*, 3(1), 117–124. <https://doi.org/10.1177/1754073910384416>
- Matt, S. J., & Stearns, P. N. (Eds.). (2014). *Doing emotions history*. University of Illinois Press.
- Mickiewicz, E. P. (1988). *Split signals: Television and politics in the Soviet Union*. Oxford Univ. Press.
- Mihelj, S. (2015). Audience history as a history of ideas: Towards a transnational history. *European Journal of Communication*, 30(1), 22–35. <https://doi.org/10.1177/0267323114555825>
- Mihelj, S., & Huxtable, S. (2018). *From media systems to media cultures: Understanding socialist television*. Cambridge University Press.
- Plamper, J. (2009). Emotional turn? Feelings in Russian history and culture. Introduction. *Slavic Review*, 68, 229–237.
- Plamper, J. (2015). *The history of emotions: An introduction* (First edition). Oxford University Press.
- Powell, D. E. (1975). Television in the USSR. *Public Opinion Quarterly*, 39(3), 287. <https://doi.org/10.1086/268229>
- Reddy, W. M. (2006). *The navigation of feeling: A framework for the history of emotions* (1. publ., [Nachdr.]). Cambridge University Press.
- Reid, S. E. (2002). Cold War in the Kitchen: Gender and the De-Stalinization of Consumer Taste in the Soviet Union under Khrushchev. *Slavic Review*, 61(2), 211–252. <https://doi.org/10.2307/2697116>
- Reid, S. E. (2006). The Meaning of Home: “The Only Bit of the World You Can Have to Yourself.” In L. H. Siegelbaum (Ed.), *Borders of Socialism* (pp. 145–170). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1007/978-1-4039-8454-8_8

- Reid, S. E. (2009). Happy Housewarming!: Moving into Khrushchev-Era Apartments. In M. Balina & E. Dobrenko (Eds.), *Petrified Utopia: Happiness Soviet Style* (pp. 133–160). Anthem Press; Cambridge Core. <https://doi.org/10.7135/UPO9781843318170.009>
- Reid, S. E. (2018). Communist Comfort. In A. Staub (Ed.), *The Routledge Companion to Modernity, Space and Gender* (1st ed., pp. 153–185). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9781315180472-13>
- Rosenwein, B. (2010). Problems and Methods in the History of Emotions. *Passions in Context*. International Journal for the History and Theory of Emotions.
- Roth-Ey, K. (2007). Finding a Home for Television in the USSR, 1950-1970. *Slavic Review*, 66(2), 278–306. <https://doi.org/10.2307/20060221>
- Roth-Ey, K. (2011). *Moscow prime time: How the Soviet Union built the media empire that lost the cultural Cold War*. Cornell University Press.
- Roth-Ey, K., & Zakharova, L. (2015). Communications and media in the USSR and Eastern Europe. *Cahiers Du Monde Russe*, 56(2–3), 273–289. <https://doi.org/10.4000/monderusse.8182>
- Stearns, P. N., & Stearns, C. Z. (1985). Emotionology: Clarifying the History of Emotions and Emotional Standards. *The American Historical Review*, 90(4), 813. <https://doi.org/10.2307/1858841>
- Stearns, P., Ruys, J. F., White, R. S., Moore, G., Bailey, M. L., McIlvenna, U., & Essary, K. (2021). History of Emotions: Where Are We? *Emotions: History, Culture, Society*, 5(2), 331–354. <https://doi.org/10.1163/2208522X-02010133>
- Steinberg, M. D. (Ed.). (2011). *Interpreting emotions in Russia and Eastern Europe*. Northern Illinois Univ. Press.
- Steinberg, M. D. (2017). *Emotions History in Eastern Europe* (Vol. 1). University of Illinois Press. <https://doi.org/10.5406/illinois/9780252038051.003.0005>
- Svasek, M. (2008). *Postsocialism: Politics and emotions in Central and Eastern Europe* (First paperback edition). Berghahn Books.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, media and politics*. Polity.
- Гоян В., Іщенко А. (2016) Телебачення в наукових працях українських учених (за матеріалами дисертацій 1980–2016 рр.) Соціальні комунікації, № 4(28), с. 51–56
- Іщенко, А. І. (2018). Історія становлення українського телебачення: виникнення телевізійних професій та апробація жанрів екранного

мистецтва (1939—1969 рр.) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : [спец.] 27.00.04 “Теорія та історія журналістики” / Іщенко Анастасія Іванівна; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики.

Литвиненко, А. (2023). *Становлення українського телебачення: навч. посібник*. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики.

Мащенко, І. (1998). *Телебачення України. Телебачення de facto*. Київ: Тетра.

Мельниченко, М. (2023). *Советский анекдот: указатель сюжетов*. Москва: Новое литературное обозрение.