



**КРИСТИН ЭВАНС**

# Между «Правдой» и «Временем»

библиотека  
журнала

ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИЯ ФИЛОСОФИЯ АНТРОПОЛОГИЯ

неприкосновенный  
запас

## История советского Центрального телевидения

Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»

Кристин Эванс

**Между «Правдой» и  
«Временем». История советского  
Центрального телевидения**

«НЛО»

2016

**Эванс К.**

Между «Правдой» и «Временем». История советского  
Центрального телевидения / К. Эванс — «НЛО»,  
2016 — (Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»)

ISBN 978-5-44-482380-4

Существует расхожее представление, что советская массовая культура в эпоху Брежнева была скучной и шаблонной. Кристин Эванс в своем исследовании советского центрального телевидения, основанном на обширных архивных источниках, интервью и телевизионных записях, ставит под сомнение этот тезис. Автор прослеживает историю Центрального телевидения в Советском Союзе с середины 1960-х до начала 1980-х годов, анализирует советские новостные программы, многосерийные фильмы и игровые шоу и выявляет в них проявления игры, конфликта и соперничества. Исследовательница демонстрирует, что самые популярные передачи советского центрального телевидения были экспериментальными и творческими; по ее мнению, они заложили основу для реформ Михаила Горбачева и постсоветской системы СМИ, а также подготовили и предвосхитили эру российского телевидения. Кристин Эванс – доцент Департамента истории Висконсинского университета в Милуоки.

ISBN 978-5-44-482380-4

© Эванс К., 2016

© НЛО, 2016

## Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
СЛОВА БЛАГОДАРНОСТИ	9
Введение	11
ЗАСТОЙНЫЕ И НОВАТОРСКИЕ 1970-е	15
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И СОВЕТСКАЯ САМОБЫТНОСТЬ	19
Глава 1	28
МОСКОВСКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ И ИСТОКИ СОВЕТСКОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЭСТЕТИКИ	31
КОРОТКАЯ ЖИЗНЬ ВВВ И ДЛИННАЯ ЖИЗНЬ ТЕЛЕВИЗИОННОГО «МАССОВОГО ДЕЙСТВА»	34
ОБРАЗЦОВЫЙ ЧЕЛОВЕК НА ЭКРАНЕ	38
ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ НА ЭКРАНЕ	41
ЖУРНАЛИСТЫ НА ЭКРАНЕ	43
В ДЕЛО ВСТУПАЕТ ПАРТИЯ: ПОСТАНОВЛЕНИЕ ЦК О ТЕЛЕВИДЕНИИ (1960)	47
Глава 2	52
ВООБРАЖАЯ СОВЕТСКОГО ТЕЛЕЗРИТЕЛЯ	54
ПРОГРАММА ПЕРЕДАЧ КАК ПРОБЛЕМА	59
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОПРОСЫ И ИХ РЕЗУЛЬТАТЫ	62
ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ СОВЕТСКИЙ ЗРИТЕЛЬ	67
ПРОГРАММА ВЫХОДНОГО ДНЯ: ПРОСВЕЩЕНИЕ ДЛЯ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ	76
Конец ознакомительного фрагмента.	78

# Кристин Эванс

## Между «Правдой» и «Временем». История советского Центрального телевидения

Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»

Кристин Эванс  
МЕЖДУ «ПРАВДОЙ» И «ВРЕМЕНЕМ»  
История советского Центрального телевидения

Новое литературное обозрение  
Москва  
2024

Christine E. Evans  
BETWEEN «TRUTH» AND «TIME»  
A History of Soviet Central Television

YALE UNIVERSITY PRESS

2016

УДК 341.231.14

ББК 67.400.32

Э14

Редактор серии А. Куманьков

Перевод с английского В. Третьякова  
Кристин Эванс

Между «Правдой» и «Временем»: история советского Центрального телевидения / Кристин Эванс. – М.: Новое литературное обозрение, 2024. – (Серия «Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»»).

Существует расхожее представление, что советская массовая культура в эпоху Брежнева была скучной и шаблонной. Кристин Эванс в своем исследовании советского центрального телевидения, основанном на обширных архивных источниках, интервью и телевизионных записях, ставит под сомнение этот тезис. Автор прослеживает историю Центрального телевидения в Советском Союзе с середины 1960-х до начала 1980-х годов, анализирует советские новостные программы, многосерийные фильмы и игровые шоу и выявляет в них проявления игры, конфликта и соперничества. Исследовательница демонстрирует, что самые популярные передачи советского центрального телевидения были экспериментальными и творческими; по ее мнению, они заложили основу для реформ Михаила Горбачева и постсоветской системы СМИ, а также подготовили и предвосхитили эру российского телевидения. Кристин Эванс – доцент Департамента истории Висконсинского университета в Милуоки.

На обложке: Съемки в одной из студий Центрального телевидения СССР в Москве.  
И. Рыбаков / РИА Новости

ISBN 978-5-4448-2380-4

© 2016 by Christine Evans

Originally published by Yale University Press

© В. Третьяков, перевод с английского, 2024

© И. Дик, дизайн обложки, 2024

© ООО «Новое литературное обозрение», 2024

*Моим учителям*

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Это исследование началось с телеигр – ими же и завершилось. В свой первый приезд в Москву, еще только приступив к исследованию советского Центрального телевидения, я в какой-то момент очутилась в одном из бесчисленных закутков Ленинской библиотеки, и там я обратилась к пожилой библиотекарше с вопросом: «А что такое КВН?» Дело в том, что в секции карточного каталога, посвященной телевидению и радиовещанию, это сочетание букв встречалось в заглавиях множества книг, но сами эти заглавия совершенно не проясняли смысла аббревиатуры. Как мне было понять, например, о чем книги «КВН? КВН... КВН!» или «Что такое КВН»? Мой вопрос застал сотрудницу библиотеки врасплох. «Что? – переспросила она. – Ну, я даже не знаю... Не представляю, с чего начать!» Наконец она сказала, что это такой телевизионный клуб, телевизионная игра, и расшифровала аббревиатуру: «Клуб веселых и находчивых». Ответ озадачил меня, и сразу по двум причинам. Во-первых, что представляла собой советская телеигра? А во-вторых, что же делает телеигру столь важной, столь исключительной, что ее нельзя быстро и просто описать для иностранца?

В ходе исследования очень скоро выяснилось, что советские телеигры и впрямь были серьезным явлением. Заимствованные в рамках возникшего вместе с самим телевидением международного обмена успешными телевизионными форматами, они при этом воплощали в себе кое-что важное и специфическое, что было в советском телевидении, а именно – акцент не только на пропаганде и не просто на развлечении, но и на игре, риске и экспериментах с новыми правилами игры. Поскольку они имели развлекательный и несерьезный характер и поскольку их форматы, предполагающие кооперацию и импровизацию, можно связать с теми революционными массовыми празднествами, что устраивались после 1917 года, будет уместно сказать, что телеигры фактически заключали в себе способ думать о будущем, в том числе и демократическом. Своим друзьям я в шутку говорила: самое интересное, что я узнала о советском телевидении за долгие месяцы исследований, – это то, что в телеиграх и музыкальных конкурсах 1970-х было невероятно много голосований.

Этот исследовательский проект стал моей диссертацией еще до третьего срока Владимира Путина и до вспыхнувших в 2011–2012 годах массовых протестов против фальсификации выборов. Тогда на все эти голосования, на эти общественные дискуссии о праве решать еще было легко смотреть с оптимизмом – как на «практику демократии», по выражению Маргарет Андерсон. Но между тем, как и отмечала Андерсон, всякие выборы имеют двойкий характер: они подтверждают не только роль голосующей общественности как источника политической власти, но и легитимность государства, которое эти выборы проводит. Шел третий срок Путина, моя диссертация превратилась в книгу, и политические эксперименты на советском Центральном телевидении уже стало гораздо легче рассматривать как предвестие «управляемой демократии» Владислава Суркова – такой, в которой формы демократического proceduralism подкрепляют собой авторитарное государство.

Но, к счастью, в постсоветской России этот формат телеигры сопротивляется подобному тираническому презентизму. Теперь, когда Путин, похоже, будет оставаться у власти почти столько же, сколько когда-то Леонид Брежнев, по крайней мере два аспекта культуры застоя возвращаются в путинскую эпоху к жизни: меланхолия, а вместе с этой реакцией – распространение экспериментаторства и широкая рефлексия о возможных вариантах будущего. Когда я уже заканчивала работу над рукописью, оба этих настроения проявились в российских телеиграх. В марте 2015 года я побывала на съемках «Что? Где? Когда?» – телеигры «Первого канала», известной с 1977 года своей атмосферой бесцензурной свободы. В продюсерском выборе музыкального гостя на тот вечер отразились растущие опасения, что телеигре, возможно, не удастся сохранить свою критическую остроту в новой политической обстановке,

сложившейся после присоединения Крыма. Певица была относительно неизвестная – Паулина Андреева; она исполнила свой первый хит, заглавную песню из сериала «Оттепель» (2013), действие которого происходит в период реформ, начавшийся после смерти Сталина в 1953 году. Учитывая эту отсылку к давней реформаторской традиции, я была поражена основным настроением песни: разочарованием и чувством утраты. «Я думала, это весна, – пела Андреева, – а это оттепель». Этот рефрен наводил на мысль об эфемерном характере разнообразных «оттепелей», об утрате больших надежд. Меньше чем за месяц до той передачи был убит лидер оппозиции Борис Немцов – всего за несколько дней до массовой акции протеста, в организации которой он принимал участие и которая носила название «Весна».

А вскоре, спустя несколько недель, опальный независимый телеканал «Дождь» объявил о запуске новой телеигры. Шоу под названием «Президент-2042» предоставило молодым людям, родившимся после 1991 года, возможность побороться за «избрание» зрителями «Дождя» в качестве будущего президента России в 2042 году – году, описанном в тревожно-пророческой антиутопии Владимира Войновича «Москва 2042» (1986). В рекламе этого игрового шоу подчеркивалась эфемерность путинской эпохи. «В 2042 году, – говорилось в трейлере, – Владимиру Путину будет девяносто, а Дмитрию Медведеву – семьдесят семь. Поэтому уже сейчас они должны поплотнее усесться перед телевизором, включить „Дождь“ и узнать, кто он – президент-2042».

Таким образом, «Президент-2042» хотя и не ставит под сомнение центральную роль телевидения в российском политическом процессе, но предлагает иной взгляд на то, как оно может быть использовано. На сайте телеигры были размещены видеозаявки сотен молодых россиян в возрасте от семнадцати до двадцати четырех лет: бесконечным множеством самых разных способов они рассказывают о себе и своих политических взглядах. Содействуя продолжительным медиадискуссиям о политической жизни и качествах хорошего лидера, «Президент-2042» присоединился к небольшому числу советских, а теперь и постсоветских телеигр, в которых интеллектуальная молодежь получает эфир, чтобы продемонстрировать зрителям свое мастерство в остроумии, командной работе и лидерских качествах – на неявном контрасте со стареющими, неадекватными лидерами. Подобные телевизионные игры не могут и, конечно, не должны определять судьбу страны в будущем, однако они все же сохраняют свою амбивалентность – и свои амбиции – в настоящем.

## СЛОВА БЛАГОДАРНОСТИ

Эта книга стала возможной благодаря щедрой интеллектуальной, эмоциональной и финансовой поддержке многих замечательных людей. Во-первых, это мой научный руководитель Юрий Слёзкин, а также покойный Реджи Зельник, Виктория Фреде, Маргарет Лавиния Андерсон и Ольга Матич, которые проявили понимание, доброту и заботу, во много раз превосходящие мои заслуги. Аспирантура часто представляется как время мучений и эксплуатации, но для меня она была идиллией, временем, проведенным с самыми блестящими, щедрыми и этичными людьми, которых только можно себе представить. Я чрезвычайно благодарна Роберту Эдельману, с которым познакомилась по счастливой случайности и который стал мне чрезвычайно щедрым и остроумным наставником. Стивен Ловелл на протяжении почти десяти лет оказывал щедрую поддержку и в самые ключевые моменты моей работы делился вдумчивыми замечаниями к моим черновикам. Когда я, чтобы быть вместе с семьей и писать диссертацию, переехала из Беркли в Детройт, штат Мичиган, там меня радушно приняли Джошуа Фёрст, Вал Кивельсон, Дуглас Нортроп, Аарон Ретиш, Льюис Сигельбаум и Рон Суни, оказавшие мне интеллектуальную, материальную и моральную помощь именно в тот момент, когда я больше всего в ней нуждалась. Я благодарю их, а также участников Среднезападного семинара по русской истории за то, что позволили мне чувствовать себя как дома. Также благодарю анонимных рецензентов рукописи – за глубокие и щедрые комментарии, а редакцию Издательства Йельского университета и редакторов книжной серии Катриону Келли, Дуга Роджерса и Марка Стейнберга – за то, что представляли мои интересы.

Эта книга была поддержана щедрыми грантами и стипендиями нескольких учреждений. В их числе Фонд Эндрю Меллона, Совет по исследованиям в области социальных наук, программа Фулбрайта – Хейса (Министерство образования США), Исторический факультет и Институт славистики, восточноевропейских и евразийских исследований (под неутонимым руководством Неда Уокера) в Калифорнийском университете в Беркли, Мемориальный фонд Мабель Маклеод Льюис, Центр гуманитарных наук Государственного университета Уэйна, Институт исторических исследований имени Айзенбергов в Мичиганском университете и Центр исследований XXI века при аспирантском исследовательском комитете Университета Висконсин-Милуоки. В Москве мне очень помогли сотрудники ГАРФа, ОХДОПИМа и РГАНИ, а также Гостелерадиофонда в Москве и Реутове. Особую признательность выражаю Нине Ивановне Абдулаевой и Лидии Сергеевне Наумовой, взявшим меня под свое крыло и оказавшим огромную профессиональную помощь. Отдельное спасибо моей дорогой подруге Ольге Кузьминой и ее семье и друзьям в Иванове, а также семье Балашовых в Москве, наполнившим мое пребывание в России чудесными приключениями. Благодарю Александра Друзя, Юлию Клебана и Чикагский клуб знатоков, которые открыли для меня современное значение старых советских телеигр.

Отдельно хочу поблагодарить друзей и коллег, без участия которых написание этой книги не было бы столь увлекательным. Кирстен Бёнкер, Паулина Брен, Дина Файнберг, Саймон Хакстэйбл, Анико Имре, Сабина Михель, Юлия Обертрайс и Кристин Рот-Эй организовывали интереснейшие конференции и журнальные номера, делились со мной ценными идеями и превратили изучение социалистического телевидения в новую захватывающую область исследований. Элеонора Гильбурд, Фэйт Хиллис, Элизабет Макгуайр, Мириам Нейрик, Сергей Ушакин, Нокс Пиден, Алексис Пери, Шон Сэлмон и Виктория Смолкин-Ротрок прочли отрывки этой рукописи (часто весьма длинные, и в короткие сроки) и сделали важные замечания, мудрые и ободряющие. Стивен Брейн, Молли Брансон, Лара Коэн, Энн О’Доннелл, Николь Итон, Билл Голдман, Сара Хоровиц, Джон Пат Лири, Кристин Ромберг, Эрик Скотт, Реджина Спектор, Джаррод Танни и Сюзанна Венгл поделились ценными соображениями, а кроме того, сде-

лали мое пребывание в Беркли, Москве и Детройте чрезвычайно интересным. Мои коллеги в Университете Висконсин-Милуоки, особенно Жасмин Алиндер, Уинсон Чу, Дэвид Дивалерио, Ричард Грузин, Мэгги Левантовская, Элана Левин, Энни Макклэнахан, Тед Мартин и Рик Попп, очень посодействовали развитию этого проекта и помогли мне почувствовать себя в Милуоки как дома. Наконец, я хотела бы поблагодарить мою семью, особенно Лидию и Эйба – за то, что остаются собой, и Ника – за то, что всегда меня понимает.

В книгу вошли ранее опубликованные материалы: «A „Panorama of Time“: The Chronotopics of Programma „Vremia“» (Ab Imperio. 2010. № 2. С. 121–146); «Song of the Year and Soviet Culture in the 1970s» (Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History. 2011. Vol. 12. № 3. P. 617–645); «The Soviet Way of Life as a Way of Feeling» (Cahiers du monde russe. 2015. Vol. 56. № 2–3. P. 543–569). Благодарю редакторов указанных изданий за разрешение на републикацию.

## *Введение*

# РОССИЙСКАЯ «ЭРА ТЕЛЕВИДЕНИЯ» ЗАСТОЙ И ЭКСПЕРИМЕНТЫ

В феврале 2014 года зрители всего мира смотрели церемонию открытия Олимпиады в Сочи. Их взору предстало необычное, грандиозное, местами потрясающее телевизионное празднество, запечатлевшее тысячелетнюю историю России, какой представлял ее себе интернациональный творческий коллектив во главе с влиятельным гендиректором российского государственного «Первого канала» Константином Эрнстом. Буквально через несколько месяцев торжествующий Владимир Путин будет праздновать присоединение Крыма – в новом выпуске ежегодной «Прямой линии с Владимиром Путиным», представляющей собой многочасовое телевизионное действо в прямом эфире, в ходе которого он отвечает на вопросы о внутренней и внешней политике, заданные российскими гражданами по телефону и интернету, в SMS-сообщениях и лично, то есть в кабельных и спутниковых прямых включениях с участием людских толп, собравшихся на городских площадях по всей России. Два этих крупных медийных события сами по себе говорили многое о современной российской политике: они иллюстрировали неизменную важность народной поддержки для путинского политического курса и энергичную апелляцию к имперскому прошлому (и настоящему) России в СМИ путинской эпохи. Вместе с тем они демонстрировали по-прежнему центральную роль телевидения – не только как средства контроля и цензуры, но и как культуры и массового празднества. Телевидение служит способом и сделать видимыми новые формы политики, и воплотить их в жизнь<sup>1</sup>.

Как будет показано в этой книге, путинская эпоха, во многом телевизионная по своей природе, представляет собой кульминацию долгой советской, а теперь – российской, «эры телевидения». Началась она в конце 1950-х, с появлением телевидения как средства массовой коммуникации; устойчивые формы обрела во второй половине 1960-х, а осуществляла свои многочисленные и противоречивые идеи на протяжении всех последующих десятилетий. Главной особенностью этой эпохи был напряженный поиск новых путей объединения разнородной общественности, легитимизации власти и демонстрации взаимодействия государства с гражданами, и все это – не прибегая ни к общей вере в единую идеологию, ни к подлинно конкурентным выборам. Хотя этот поиск и осуществлялся в различных позднесоветских средствах массовой информации, наиболее заметным он был именно на телевидении, что делало самый важный и самый популярный советский медиум на удивление экспериментальным. В постсталинский период телевидение, как и другие виды искусства в Советском Союзе, служило полигоном для исследования моральной и политической неоднозначности, для выработки нового образа жизни, а также для культурно-политических игр и дискуссий<sup>2</sup>. Но вместе с тем телевидение – больше, чем другие виды искусства, – было идеально приспособлено для решения поли-

---

<sup>1</sup> Подробнее о медиасобытиях см.: *Dayan D., Katz E. Media Events: The Live Broadcasting of History.* Cambridge: Harvard University Press, 1992. P. 1–24. О телевидении как культуре см.: *Carey J. Communication as Culture: Essays on Media and Society.* N. Y.: Unwin Hyman, 1989. P. 13–36. О переоценке советской, а затем и российской элитой политического значения телевидения см.: *Mickiewicz E. P. Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia.* 2nd ed. Durham, NC: Duke University Press, 1999. P. 13–22.

<sup>2</sup> Подробнее об экспериментах в других медиа, искусствах и повседневной жизни в 1960–1970-х гг. см.: *Богомолов Ю. Затянувшееся прощание. Российское кино и телевидение в меняющемся мире.* М.: МИК, 2006. С. 141–151; *Jones P. The Fire Burns On? The Fiery Revolutionaries Biographical Series and the Rethinking of Propaganda in the Brezhnev Era // Slavic Review.* 2015. Vol. 74. № 1. P. 32–56; *Yurchak A. Everything Was Forever Until It Was No More: The Last Soviet Generation.* Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005. P. 10–12 [*Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось: последнее советское поколение / Пер. с англ. М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 48–51. Здесь и далее добавления в квадратных скобках принадлежат переводчику*].

тических и идеологических проблем позднего советского государства. Оно было интимным, убедительным в силу своей визуальности и при этом находилось прямо дома у своего зрителя<sup>3</sup>. Таким образом, оно приносило ключевые сообщения государства в эмоционально оживленное пространство новой частной квартиры, борясь с насущной проблемой окостенения идеологического языка и ритуала<sup>4</sup>. Тесно связанное с государственной властью, телевидение постоянно подвергалось цензуре. Но вместе с тем с середины 1950-х годов творческие работники телевидения приобрели определенные художественные и политические амбиции, во многом заимствованные у театрального и кинематографического авангарда<sup>5</sup>. Видя себя художниками и журналистами – а обе эти группы играли при Никите Хрущеве заметную роль в обновлении государства и переосмыслении его отношений с обществом, – наиболее известные авторы, редакторы и режиссеры Центрального телевидения считали себя участниками творческого и политически важного эксперимента.

Этот поиск новых источников власти и социального единения начался во время оттепели, последовавшей за смертью Сталина в 1953 году, – под влиянием послевоенных социально-культурных сдвигов и особенно решения Хрущева начать активное и публичное сведение счетов со сталинским наследием на XX съезде партии в 1956-м. Конфронтация со сталинским прошлым происходила в искусстве и массмедиа, особенно в литературе и прессе<sup>6</sup>. Средства массовой информации были, соответственно, и главным местом приложения усилий по возрождению социалистического проекта<sup>7</sup>. В то же время наметившийся после смерти Сталина переход от принуждения к убеждению как к главному способу мобилизации населения повысил статус СМИ и, среди прочего, народных развлечений – как методов воздействия на советский народ и демонстрации превосходства советского общества<sup>8</sup>. Хотя поедание мороженого, «веселая» жизнь, проведение отпусков в предоставленных государством домах отдыха, посещение парков аттракционов и просмотр музыкальных комедий были центральными чертами культуры также и в сталинскую эпоху, но все же отказ от массового принуждения и широко распространенное чувство собственной значимости среди советских граждан, чьи огромные жертвы принесли победу во Второй мировой войне, изменили отношение населения к государству, ведь и Хрущев, и Леонид Брежнев все больше подчеркивали право всех советских граждан на отдых и удовольствие<sup>9</sup>. Советские деятели культуры должны были сначала привлечь аудиторию, а уже потом влиять на нее. Как писал Роберт Эдельман, «массовая культура должна была учить, но она не могла этого делать, если ее никто не слушал»<sup>10</sup>. В послевоенном, послесталинском Советском Союзе запрос широких масс на то, чтобы государствен-

<sup>3</sup> Об интимности см.: *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire that Lost the Cultural Cold War. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2011. P. 236–245; *Huxtable S.* The Problem of Personality on the Soviet Screen, 1950s–1960s // *View: Journal of European Television History and Culture*. 2014. Vol. 3. № 5. P. 119–130.

<sup>4</sup> *Yurchak A.* Everything Was Forever... P. 47–50 [*Юрчак А.* Это было навсегда... С. 108–116]; *Rolf M.* Soviet Mass Festivals, 1917–1991 / Transl. by C. Klohr. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2013. P. 188–192.

<sup>5</sup> *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time. P. 12–13.

<sup>6</sup> *Jones P.* Myth, Memory, Trauma: Rethinking the Stalinist Past in the Soviet Union, 1953–1970. New Haven: Yale University Press, 2014; *Kozlov D.* The Readers of *Novyi Mir*: Coming to Terms with the Stalinist Past. Cambridge: Harvard University Press, 2013.

<sup>7</sup> *Zubok V.* Zhivago's Children: The Last Russian Intelligentsia. Cambridge: Harvard University Press, 2009. P. 121–160; *Wolfe T.* Governing Soviet Journalism: The Press and the Socialist Person After Stalin. Bloomington: Indiana University Press, 2005.

<sup>8</sup> *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time. P. 13; *Wolfe T.* Governing Soviet Journalism. P. 109.

<sup>9</sup> *Petrone K.* Life Has Become More Joyous, Comrades: Celebrations in the Time of Stalin. Bloomington: Indiana University Press, 2000; *Youngblood D.* Movies for the Masses: Popular Cinema and Soviet Society in the 1920s. Cambridge: Cambridge University Press, 1993; *Gronow J.* Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia. N. Y.: Bloomsbury Academic, 2003; Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc / Ed. by D. Crowley, S. E. Reid. Evanston, IL: Northwestern University Press, 2010. О праве на отдых см.: *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time. P. 279; *Gumbert H.* Envisioning Socialism: Television and the Cold War in the German Democratic Republic. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2014. P. 11.

<sup>10</sup> *Edelman R.* Spartak Moscow: A History of the People's Team in the Workers' State. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2009. P. 8. О том, как это было реализовано на телевидении ГДР, см.: *Gumbert H.* Envisioning Socialism. P. 10–11.

ные СМИ не только вовлекали их, но и активно угождали им и удовлетворяли их, звучал все громче. Новые послабления и ожидания не просто привели к производству более популярного контента; они, скорее, глубоко изменили само взаимодействие между государством и обществом, поставив вопросы о власти, быстро вышедшие за пределы популярной культуры.

Как следует из многих недавних исследований, культурные и политические конфликты хрущевской оттепели отнюдь не закончились вместе с 1960-ми<sup>11</sup>. Напротив, поиск советским телевидением новых способов привлечения публики и оправдания власти резко усилился во второй половине 1960-х годов, когда оптимизм и энтузиазм хрущевской эпохи пошли на убыль. Утрата веры, особенно среди интеллектуальной элиты, в скорое выполнение Коммунистической партией ее обещаний потребовала изыскания новых источников социальной солидарности и новых форм посредничества в конфликте поколений и классов, обнажившемся в результате краха движений за социалистические реформы в конце 1960-х годов<sup>12</sup>.

С началом именно этого нового, более экспериментального периода и совпало становление телевидения как действительно массового медиума. С 1965 года (когда писатели Юлий Даниэль и Андрей Синявский были арестованы за публикацию своих произведений за границей) по 1970 год количество телевизоров на советскую семью удвоилось: примерно с одного на каждые четыре семьи до одного на две семьи<sup>13</sup>. За этим все еще скромным числом скрывается гораздо больший показатель в городских районах, где прием телевизионного сигнала был стабильным и равномерным<sup>14</sup>. 4 ноября 1967 года новый мощный телецентр «Останкино» начал передавать сигнал московского Центрального телевидения на быстро растущую сеть станций, соединенных кабельными линиями и радиорелейными вышками; двумя днями ранее Советский Союз начал телевещание по спутнику, что позволило передать сигнал Первого канала Центрального телевидения на Крайний Север, в Сибирь, на Дальний Восток и в Среднюю Азию<sup>15</sup>. К пятидесятой годовщине 1917 года энтузиасты новой телевизионной технологии подготовили большие и сложные программы для прямых трансляций на всю территорию Советского Союза.

Чуть больше девяти месяцев спустя Советский Союз вторгся в Чехословакию, положив конец Пражской весне и подавив, по крайней мере на время, последнюю волну оптимизма среди советских культурных элит. К 1970 году советское государство уже утратило свои исключительные притязания на идеологическую «истину» и столкнулось с проблемами управления внутри нетелеологического исторического времени. В отсутствие научных триумфов и миллениаристских надежд хрущевской эпохи – каковы же были основания для советского превосходства над Западом и другими странами коммунистического блока (или хотя бы для авторитета партии) и как их можно было сделать понятными и убедительными для аудитории? Первая часть названия этой книги – «Между „Правдой“ и „Временем“» – призвана и описать этот

---

<sup>11</sup> The Thaw: Soviet Society and Culture During the 1950s and 1960s / Ed. by E. Gilburd, D. Kozlov. Toronto: University of Toronto Press, 2013. P. 18–81; Jones P. Myth, Memory, Trauma. P. 258–261; Bittner S. The Many Lives of Khrushchev's Thaw: Experience and Memory in Moscow's Arbat. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2008. P. 1–13; Lovell S. In Search of an Ending: Seventeen Moments and the Seventies // The Socialist Sixties: Crossing Borders in the Second World / Ed. by A. E. Gorsuch, D. P. Koenker. Bloomington: Indiana University Press, 2013. P. 303–321.

<sup>12</sup> Bushnell J. The «New Soviet Man» Turns Pessimist // The Soviet Union Since Stalin / Ed. by S. F. Cohen, A. Rabinowitch, R. Sharlet. Bloomington: Indiana University Press, 1980. P. 179–199; Zubok V. Zhivago's Children. P. 297–334. О разочаровании среди советских туристов после 1968 г. см.: Appelbaum R. A Test of Friendship: Soviet-Czechoslovak Tourism and the Prague Spring // The Socialist Sixties: Crossing Borders in the Second World / Ed. by A. E. Gorsuch, D. P. Koenker. Bloomington: Indiana University Press, 2013. P. 213–232.

<sup>13</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 176–222; Mickiewicz E. P. Media and the Russian Public. N. Y.: Praeger, 1981. P. 18–19.

<sup>14</sup> В 1965 г. в Советском Союзе на сто семей приходилось двадцать четыре телевизора, к 1970 г. – один телевизор на каждые две семьи, что составляло около 35 миллионов телевизоров. К 1975 г. в Советском Союзе насчитывалось уже более 55 миллионов телевизоров и еще 6,5 миллиона производилось ежегодно (Мясоедов Б. А. Страна читает, слушает, смотрит (статистический обзор). М.: Финансы и статистика, 1982. С. 64, 70; Mickiewicz E. P. Media and the Russian Public. P. 18–19).

<sup>15</sup> События и даты // Виртуальный музей радио и телевидения ([www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob\\_no=17](http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=17) (20 апр. 2015 г.)).

переходный момент, и связать его с изменением советского медиаландшафта. 1 января 1968 года у главного рупора советской Коммунистической партии, газеты «Правда», появился первый реальный конкурент – новая вечерняя телепрограмма новостей «Время». Утрата идеологическими и культурными элитами веры в «правду» – то есть в неизбежное наступление коммунизма, – а также подавление партийным руководством движений за социалистические реформы в конце 1960-х привели не только к чувству неудовлетворенности и росту иронии, но и к экспериментам, сомнениям и поискам таких новых способов репрезентации государства и общества, которые могли бы быть достаточно гибкими, чтобы выдержать испытание бесконечным и постоянно меняющимся временем. Подобное положение дел характерно и для наших дней. В советском и постсоветском медиапространствах «Время» оказалось гораздо долговечнее «Правды». «Время» остается главной новостной программой российского телевидения, тогда как «Правда» с 1991 года прошла через целый ряд сопровождавшихся судебными спорами закрытий и реорганизаций.

## ЗАСТОЙНЫЕ И НОВАТОРСКИЕ 1970-е

Тот факт, что советские «длинные 1970-е» – полтора десятилетия с 1968 года до начала 1980-х – были более экспериментальными по сравнению с предыдущим десятилетием, требует некоторого пояснения<sup>16</sup>. В прежней концепции, самым известным сторонником которой был Михаил Горбачев с момента его восхождения на вершину руководства Компартии в 1985 году, отрезок между 1968 и 1985 годами рассматривался как более или менее непрерывный период культурных репрессий и ресталинизации, а также застойного, или нулевого, экономического роста<sup>17</sup>. Слово «застой», ставшее расхожим благодаря самому Горбачеву, превратилось в краткое обозначение тех лет, объединяющее в себе сразу несколько взаимосвязанных фактов и тезисов: отказ от экономических реформ, усиление цензуры в искусстве и СМИ, неспособность реагировать на важные социальные и технологические изменения во внешнем мире. В последнее время подобная характеристика того периода подвергается со стороны ученых критике – за то, что она слишком тесно связана с программой Горбачева и политикой холодной войны, чтобы быть полезной для современных исследователей; за то, что она основана на ряде ложных дихотомий, таких как «официальная культура – неофициальная культура»; за то, что затушевывает большую часть реальных политических, экономических и социальных изменений, неизбежно происходящих в жизни любой страны на протяжении почти двадцати лет, и вследствие этого попросту не отражает жизненного опыта большинства советских граждан, для которых 1970-е годы были не менее, а иногда и более насыщены событиями, чем любое другое десятилетие<sup>18</sup>. К тому же, как отмечали некоторые авторы, термин «застой» может подразумевать, будто в советской общественной жизни того времени и вовсе ничего не происходило, тогда как на самом деле то время было отмечено значительными событиями, относящимися к холодной войне, реальными сдвигами в сферах высокой политики и культурной жизни, а также серьезными социальными и экономическими изменениями<sup>19</sup>. Эта интерпретация «застоя» как «бессобытийности» меньше всего подходит для описания советской культуры тех лет. Утверждение, будто брежневские годы были временем культурного, а также экономического застоя, основано на допущении, согласно которому вся та бурная культурная жизнь, что происходила в 1970-х годах в частных квартирах и других не- или полуразрешенных местах, была исключительно частной и неофициальной, полностью оторванной от общественной культуры и контролируемых государством театров и СМИ<sup>20</sup>. В этом утверждении, кроме того, выводится за скобки удивительно живой мир советских СМИ, кинематографа, популярной литературы и

<sup>16</sup> О советских «длинных 1970-х» см.: *Lovell S. In Search of an Ending*. P. 304. См. также статьи в спецвыпуске о «длинных 1970-х» в: *Неприкосновенный запас*. 2007. № 2 (52); *Lipovetsky M. Self-Portrait on a Timeless Background: Transformations of the Autobiographical Mode in Russian Postmodernism* // *a/b: Auto/Biography Studies*. 1996. Vol. 11. № 2. P. 141–142.

<sup>17</sup> *Bacon E. Reconsidering Brezhnev* // *Brezhnev Reconsidered* / Ed. by E. Bacon, M. Sandle. N. Y.: Palgrave MacMillan, 2002. P. 2; *Fürst J. Where Did All the Normal People Go: Another Look at the Soviet 1970s* // *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*. 2013. Vol. 14. № 3. P. 621–640; *Soviet Society in the Era of Late Socialism, 1964–1985* / Ed. by N. Klumbytë, G. Sharafutdinova. Lanham, MD; Plymouth, UK: Lexington, 2013. P. 1–14; *Rutland P., Smolkin-Rothrock V. Introduction: Looking Back at Brezhnev* // *Russian History*. 2014. Vol. 41. № 3. P. 299–306; *Yurchak A. Everything Was Forever... P. 4–8* [*Юрчак А. Это было навсегда... С. 38–44*]; *Zhuk S. Rock and Roll in the Rocket City: The West, Identity, and Ideology in Soviet Dnepropetrovsk, 1960–1985*. Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press, 2010. P. 10–13.

<sup>18</sup> *Bacon E. Reconsidering Brezhnev*. P. 4–6; *Yurchak A. Everything Was Forever... P. 4–8* [*Юрчак А. Это было навсегда... С. 38–44*]; *Fürst J. Where Did All the Normal People Go*. P. 627.

<sup>19</sup> См. другие статьи в сб.: *Brezhnev Reconsidered; Soviet Society in the Era of Late Socialism*. См. также статьи в: *Russian History*. 2014. Vol. 41. См. также: *Ward C. Brezhnev's Folly: The Building of BAM and Late Soviet Socialism*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2009.

<sup>20</sup> Как утверждают некоторые исследователи, советская рок-сцена в известной мере зависела от получения площадок для выступлений, контролируемых государством, а также от терпимого отношения милиции; см.: *Troitsky A. Back in the USSR: The True Story of Rock in Russia*. L.: Omnibus, 1987. P. 33–34 [*Троцкий А. К. Back in the USSR*. СПб.: Амфора, 2007. С. 34–35]; *Yurchak A. Everything Was Forever... P. 126–157* [*Юрчак А. Это было навсегда... С. 255–310*].

музыки – как простых развлечений, лишенных политического или иного исторического значения.

Однако, вместо того чтобы категорически отвергать термин «застой», не лучше ли его переосмыслить? Стоит понять «застой» как ключевое, конституирующее настроение – как интерпретационную линзу, через которую люди рассматривают свою жизнь, – он обретает ряд преимуществ<sup>21</sup>. Во-первых, «застой» отражает вполне реальное чувство неудовлетворенности, иронию, политическую отстраненность – часто вспоминаемые черты брежневской эпохи. А как показали Джонатан Флэтли и Марк Стейнберг, подобные меланхолические чувства не исключают (и, более того, могут даже способствовать) открытости новым связям и способам существования в мире. Обращая наше внимание на это аффективное измерение, понятие «застой» позволяет исследовать переплетение идеологических, социальных, экономических и политических проблем, породившее страх советского государства перед народным недовольством и стремление создать такие телевизионные программы, которые могли бы уделять внимание этим проблемам. Как убедительно доказала Юлиане Фюрст, многие из аффектов и установок, связанных с застоем, были очевидны уже в конце сталинской эпохи<sup>22</sup>. Понятый как настроение и комплекс взаимосвязанных проблем, застой мог наступить в разные моменты и до, и после 1991 года.

Но еще важнее, что сохранение термина «застой» помогает связать советские 1970-е с глобальными политическими, экономическими и идеологическими тенденциями 1970-х годов, которые также были отмечены политическими репрессиями и недовольством, экономическими кризисом и дискомфортом и, соответственно, расцветом (якобы) частных идентичностей и форм самовыражения. Повышенная стабильность и политическая контролируемость советских 1970-х были частью гораздо более широкого явления – внутренних репрессий в ответ на социальные волнения 1960-х. Разрядка – стремление к балансу сил и большей стабильности во внешних делах – также была, по выражению Джереми Сури, «конвергентной реакцией на разлад между великими державами»<sup>23</sup>. Отказ от политических целей, уклон в сторону потребительской идентичности и частной самореализации, приватизация политики – все это после 1968 года характеризовало жизнь во множестве стран по обе стороны железного занавеса; эти тенденции получили яркое выражение в телепередачах, фильмах и популярной музыке, которые явным образом их поддерживали<sup>24</sup>.

Недавние исследования о 1970-х годах как в Восточной, так и в Западной Европе показали, насколько существенными и значительными были эти трансформации в популярной культуре и политической жизни после 1968 года<sup>25</sup>. В ходе этих трансформаций были переосмыслены на новых условиях политика и культура, была заложена основа нашей нынешней эпохи, которая тоже характеризуется циничным отношением к ценности общественно-политических деятельности и институтов и репрессивным стремлением демократических и недемократических режимов к внутренней политической стабильности. Таким образом, 1970-е годы в

---

<sup>21</sup> Здесь я опираюсь на обзор терминологии, связанной с аффектом, сделанный Джонатаном Флэтли: *Flatley J. Affective Mapping: Melancholia and the Politics of Modernism*. Cambridge: Harvard University Press, 2008. P. 12. О меланхолии в российском контексте см.: *Steinberg M. Petersburg Fin de Siècle*. New Haven: Yale University Press, 2011. P. 234–267.

<sup>22</sup> *Fürst J. Stalin's Last Generation: Soviet Post-War Youth and the Emergence of Mature Socialism*. Oxford: Oxford University Press, 2010. P. 1–31.

<sup>23</sup> *Suri J. Power and Protest: Global Revolution and the Rise of Détente*. Cambridge: Harvard University Press, 2003. P. 2.

<sup>24</sup> *Bren P. The Greengrocer and His TV: The Culture of Communism After the 1968 Prague Spring*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2010. P. 159–176; *Mihelj S. The Politics of Privatization: Television Entertainment and the Yugoslav Sixties // The Socialist Sixties: Crossing Borders in the Second World / Ed. by A. E. Gorsuch, D. P. Koenker*. Bloomington: Indiana University Press, 2013. P. 251–267.

<sup>25</sup> *Cowie J. Stayin' Alive: The 1970s and the Last Days of the Working Class*. N. Y.: New Press, 2010. P. 1–19; *Beckett A. When the Lights Went Out: Britain in the Seventies*. L.: Faber and Faber, 2009. P. 3–5; *The Shock of the Global: The 1970s in Perspective / Ed. by N. Ferguson et al.* Cambridge: Harvard University Press, 2010.

Советском Союзе, как и во многих других странах, были периодом усиления как репрессий, так и экспериментаторства<sup>26</sup>. В государственных СМИ ключевой площадкой для этой политически новаторской работы было телевидение, в особенности развлекательное, – та сфера личных и локально-коллективных удовольствий, воспоминаний и эмоций, в которой стремилось теперь обосноваться советское государство, учитывая, что традиционные общественные ритуалы и язык все больше утрачивали смысл. В конце концов, именно эксперименты на Центральном телевидении – со всеми их ограничениями и искусственностью – предвосхитили и обусловили судьбоносные эксперименты Горбачева с советской системой после 1985 года.

Сотрудники Центрального телевидения 1960-х, 1970-х и 1980-х все чаще понимали свою работу как раз в терминах экспериментаторства: «эксперимент», «игра», «новаторский» и «творческий» были главными словами и на внутренних совещаниях, и в мемуарах работников телевидения – как в отношении телевизионного производства, так и, особенно в случае с «игрой», в качестве преобладающего метафорического обозначения собственной роли в советской политико-идеологической системе. Метафора игры стала все более распространенной с конца 1970-х годов, когда старение Брежнева сделало возможными возникновение открытого конфликта в высшем партийном руководстве и, следовательно, появление новых форм игры и импровизации внизу. Эти конфликты прорвались в прессу во второй половине 1980-х, резко расширив рамки игры для сотрудников Центрального телевидения – и повысив в ней ставки.

Такое особое понимание себя как новаторов и участников игры позволило сотрудникам Центрального телевидения адаптироваться к политической обстановке после 1968 года, сохранив при этом идентичность, выработанную в 1950-х, – идентичность наследников революционного авангарда<sup>27</sup>. «Экспериментирование», «новаторство» и «игра» могут проходить в строгих границах, на заранее определенных полях игры; ни первые, ни вторые, ни третья не требуют изменения политических и экономических структур. Советское государство давно осознало полезность поощрения граждан к «новаторству» в рамках плановой экономики – как способа отвлечь внимание от структурно-политических проблем<sup>28</sup>. Как заметил Иоахим Цвайнарт, в брежневскую эпоху поощрение государством дискуссий и новаторства в строго определенных границах было способом умирить и занять ученых, не позволяя им выступать с более серьезной критикой и предлагать реформы<sup>29</sup>. И действительно, «творюг» (как они сами себя называли) из редакций программ для детей и молодежи, музыкальных программ и литературно-драматических программ Центрального телевидения можно узнать в портрете, выведенном в известной песне Константина Кинчева «Экспериментатор» (1985). Экспериментатор Кинчева – во многом часть системы: со злой иронией повествователь изображает «идеально выбритого» экспериментатора, который «видит простор там, где мне видна стена» и научно-социалистический оптимизм которого контрастирует с его, повествователя, горьким пессимизмом<sup>30</sup>.

Вместо того чтобы сбрасывать со счетов амбиции этих советских телевизионных экспериментаторов, мне хотелось бы подчеркнуть их связь с более общим процессом импровизации глобальной медиасистемы и, более того, политической и культурной жизни, который начался в 1970-х годах как в социалистическом, так и в капиталистическом мире<sup>31</sup>. Поиском «новаций»,

---

<sup>26</sup> Как отметил Стивен Биттнер, рассмотрение советских 1970-х в качестве периода усиления репрессий требует предоставления привилегии одной, либеральной, вестернизирующейся части советской интеллигенции в отличие от другой, националистической, консервативной части (см.: *Bittner S. The Many Lives of Khrushchev's Thaw. P. 1–13.*)

<sup>27</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 236–245.*

<sup>28</sup> *Schattenberg S. «Democracy» or «Despotism»? How the Secret Speech Was Translated into Everyday Life // The Dilemmas of De-Stalinization: Negotiating Cultural and Social Change in the Khrushchev Era / Ed. by P. Jones. N. Y.: Routledge, 2006. P. 64–79.*

<sup>29</sup> *Zweynert J. «Developed Socialism» and Soviet Economic Thought in the 1970s // Russian History. Vol. 41. № 3. P. 354–372.*

<sup>30</sup> Эта песня Кинчева доступна на YouTube: [www.youtube.com/watch?v=QWNtRyKIKfo](http://www.youtube.com/watch?v=QWNtRyKIKfo) (21 апр. 2015 г.).

<sup>31</sup> *Imre A. Identity Games: Globalization and the Transformation of Media Cultures in the New Europe. Cambridge, MA: MIT*

которые могли бы решить социальные проблемы в отсутствие фундаментальных политических или экономических изменений, характеризуется не только поздний социализм, но и поздний капитализм. В то же время эти эксперименты могли иметь реальные последствия, включая резкие структурные изменения в социалистическом блоке. Как раз в 1970-х, когда Центральное телевидение экспериментировало в развлекательных программах с голосованием зрителей и националистической ностальгией, китайское коммунистическое правительство начало экспериментировать – в столь же ограниченных масштабах – с рыночной экономикой<sup>32</sup>. Здесь я вслед за Анико Имре стараюсь не впасть в крайности оптимизма или пессимизма относительно значения того, что она назвала «смещением потребления, удовольствия и игры с гражданственностью и политикой», характеризующим последние пять десятилетий<sup>33</sup>. Это смещение, начавшееся на советском Центральном телевидении почти в то же время, что и на капиталистическом Западе, не было ни искренним принятием демократической процедурной политики, ни сугубо циничным симулякром, призванным предотвратить подлинные демократические изменения. Напротив, оно, как утверждали Имре, Брайан Саттон-Смит и Стивен Коннор, выполняло функцию всякой игры вообще: поддерживало двусмысленность и двойственность, сохраняя тем самым возможность перемен<sup>34</sup>.

Вот почему столь разную судьбу имели советские телевизионные эксперименты 1970-х годов в постсоветские десятилетия. Какие-то из них стали базовыми элементами путинского телевидения; так, ежегодная прямая линия сильно напоминает пространные ответы на письма и звонки телезрителей, произносившиеся с экрана известными ведущими новогодних музыкальных программ Центрального телевидения 1970-х<sup>35</sup>. Другие, как, например, визуально, музыкально и политически экспериментальные новостные программы конца 1980-х, которые сами были непосредственно основаны на визуальных и формальных конвенциях телеигр 1970-х, сегодня подвергаются анафеме как прямая причина распада СССР и, следовательно, имперского упадка России. Третьи, такие как телеигра «Что? Где? Когда?» (1977 – наст. вр.), выходящая в прямом эфире поздними вечерами по несколько раз в год, продолжает занимать лиминальное положение, по-прежнему способствуя игровым противостояниям между меняющимися элитами и зрительской аудиторией.

---

Press, 2009. P. 11–12.

<sup>32</sup> Westad O. A. The Great Transformation: China in the Long 1970s // Shock of the Global: The 1970s in Perspective / Ed. by N. Ferguson et al. Cambridge, MA: Belknap, 2011. P. 65–79.

<sup>33</sup> Imre A. Identity Games. P. 13.

<sup>34</sup> Ibid. P. 11.

<sup>35</sup> Прямые линии Путина можно также рассматривать как исполнение звучавших в 1960-х гг. призывов к тому, чтобы партийные чиновники чаще появлялись на телевидении (*Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 192–194*). О схожих процессах в Югославии 1960-х см.: *Mihelj S. Audience History as a History of Ideas: The «Active Audience» of the Socialist Sixties // European Journal of Communication. 2015. Vol. 30. № 1. P. 28–29.*

## ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И СОВЕТСКАЯ САМОБЫТНОСТЬ

Масштабные исторические процессы связали советские 1970-е с глобальными 1970-ми, включая разворот великих держав против внутреннего инакомыслия в конце 1960-х и закат упований «левых» на историческую роль рабочего класса. Но и более непосредственные факторы транснационального взаимодействия тоже имели огромное значение для развития и производства советского телевидения, равно как и для телевидения Восточной и Западной Европы в целом<sup>36</sup>. Взаимообмен и заимствования друг у друга происходили постоянно. Проведенные в 1970–1980-х годах исследования транснационального обмена программами показывают, что Первый канал Центрального телевидения транслировал относительно немного иностранных программ, особенно по сравнению с другими восточноевропейскими телевизионными системами: иностранная продукция составляла всего 5–8% его сетки вещания. Однако эти обмены приносили на советские экраны восточноевропейские и, реже, западноевропейские, североамериканские и другие зарубежные передачи<sup>37</sup>. Кроме того, как показала Кристин Рот-Эй, Центральное телевидение перенимало телевизионные форматы у восточноевропейского телевидения, которое, в свою очередь, заимствовало их у западноевропейских служб вещания. Взаимодействие и взаимное влияние принимали множество форм и помимо прямого обмена программами, будь то частные показы зарубежных передач для телепродюсеров, журналистский и научный анализ зарубежных программ или, скажем, личные отношения между советскими и зарубежными телевизионщиками.

Более того, советское государство решило инвестировать в национальную телевизионную сеть значительные средства, и было это связано с тем, что в 1950-х – начале 1960-х годов телесети считались менее уязвимыми для «дальнобойного», трансграничного вражеского вещания<sup>38</sup>. Другими словами, сама вера в то, что телевидение может служить надежным государственным средством массовой коммуникации, с самого начала была ответом на более общие, международные вызовы. По замечанию Мишель Хилмс, государства мыслили телевидение как своего рода «национальную циркуляционную систему», сдерживающую международные угрозы, которые исходят от иностранных радиостанций и голливудских фильмов, и «доставляющую знаки и символы национального воображаемого – сквозь географическое пространство – в индивидуальные дома и умы». Однако эти соображения внутрисоветского характера всегда находились в противоречии с желанием «охватить» другие народы и позволить иностранному влиянию все же проникать в страну – по согласованию и под контролем<sup>39</sup>. Столь двойственные цели определяли решения советского Центрального телевидения в области составления программ и производства телепередач точно так же, как и решения Би-би-си и других государственных служб вещания в Европе.

---

<sup>36</sup> Растущая область исторических исследований европейского телевидения начала включать в себя бывший Восток (часто следуя за расширяющимися границами ЕС) в общую концептуальную структуру, подчеркивающую транснациональные обмен, подражание и взаимодействие. См., например: *Gumbert H. Envisioning Socialism; A European Television History / Ed. by J. Bignell, A. Fickers. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2008; Popular Television in Eastern Europe During and Since Socialism / Ed. by T. Havens, A. Imre, K. Lustyik. N. Y.: Routledge, 2013.* К числу ключевых площадок относятся новый журнал *View: Journal of European Television History and Culture* и онлайн-архив [www.euscreen.eu](http://www.euscreen.eu).

<sup>37</sup> *Mihelj S. Television Entertainment in Socialist Eastern Europe // Popular Television in Eastern Europe... P. 15–16.* Михель опирается на данные из: *Varis T. International Flow of Television Programmes. P.: UNESCO, 1985; Nordenstreng K., Varis T. Television Traffic – A One-Way Street? A Survey and Analysis of the International Flow of Television Material. P.: UNESCO, 1974.*

<sup>38</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 179.*

<sup>39</sup> *Hilmes M. Network Nations: A Transnational History of British and American Broadcasting. N. Y.: Routledge, 2012. P. 2.*

Признание транснациональной культурной экономики, сформировавшей советское вещание, требует подхода, составляющего вторую особенность транснациональной истории медиа (Хилмс), – такого, в котором политическая, экономическая и институциональная история сочетается с текстовым и визуальным анализом телепередач. Советское телевидение создавало тексты большой сложности и представлявшие большой интерес как с эстетической, так и с политической точки зрения; в нашем исследовании производство и содержание передач Центрального телевидения будет рассмотрено сквозь призму и социальных, и гуманитарных наук, с одинаковым вниманием к политико-институциональным контекстам и к «вопросам творческого влияния, развития эстетических практик и форм, а также их социокультурной рецепции»<sup>40</sup>. Отнюдь не подразумевая, что *только* советское телевидение – как аномальный, социалистический случай – должно быть понято в его политическом и экономическом контексте, этот подход призван подчеркнуть заведомо политическую природу телевизионной культуры где бы то ни было, а также общие дилеммы, стоявшие как перед Центральным телевидением СССР, так и перед государственными и корпоративными службами вещания в Северной Америке и в странах Восточной и Западной Европы.

Но этот же транснациональный подход к истории вещания позволяет выявить и реальное своеобразие советских телевизионных программ в их социалистических и несоциалистических европейских контекстах. Несмотря на важность общих, транснациональных условий и взаимодействий, я вовсе не утверждаю, будто советское Центральное телевидение всего лишь подражало западным телевизионным стандартам – до 1968 года или после. Как показала Рот-Эй, советская массовая культура определялась противопоставлением западной массовой культуре; как и у западноевропейских государственных вещателей, намерения ее были просветительскими, но при этом она явно стремилась мобилизовать граждан на строительство социализма<sup>41</sup>. Заимствование глобальных телевизионных форматов, таких как телеигра или двенадцатисерийный мини-сериал, потребовало длительного процесса приспособления и переопределения, в ходе которого жанры, ассоциирующиеся с западной массовой культурой, были переосмыслены как чисто советские, зачастую путем увязывания их с авангардными традициями театра и кино. Особые качества, отличающие *советские, социалистические* телепрограммы или мини-сериал, формулировались и обсуждались в прессе. Будучи идеологическими работниками и находясь в самом центре советской системы СМИ, сотрудники Центрального телевидения также были непосредственно вовлечены в поиск решений внутривнутриполитических проблем, как они видели их и как их ставили Центральный комитет Компартии и в конечном счете Брежнев – главный телезритель<sup>42</sup>.

Вопрос о своеобразии советского Центрального телевидения по отношению как к иным социалистическим телевизионным системам в Восточной Европе, так и ко множеству государственных и коммерческих телекомпаний на Западе осложняется тем, что сами режиссеры советского телевидения были склонны претендовать на оригинальность даже тогда, когда напрямую заимствовали телевизионные форматы у европейских коллег. Характерны мемуарные свидетельства о создании «Вечера веселых вопросов» (ВВВ) – первой сверхпопулярной игры Центрального телевидения: сперва мемуаристы рассказывают, как формат был прямо заимствован у чехословацкой телеигры (в свою очередь основанной на западноевропейской), а затем переходят к описанию игры как собственного творения *sui generis*, зарождения подлинно советского телевизионного жанра<sup>43</sup>. Кроме того, постсоветские мемуаристика и журналистика активно канонизировали *некоторые* программы и жанры Центрального телевидения

---

<sup>40</sup> Ibid. P. 8.

<sup>41</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 1–11.

<sup>42</sup> Ibid. P. 279.

<sup>43</sup> Ibid. P. 246. См. также: Janco A. KVN: Live Television and Improvised Comedy in the Soviet Union, 1957–71 // Popular Television in Authoritarian Europe / Ed. by P. Goddard. Manchester: Manchester University Press, 2013. P. 124–140.

в качестве исключительно российских и советских культурных ценностей, превосходящих, по их мнению, коммерческие продукты на современном российском телевидении. В этом процессе выборочной канонизации отражается культурно-гендерная иерархия, характерная для постсоветской культурной интеллигенции; передачи, которые считаются особенно оригинальными, особенно превосходящими западный масскульт, включая многие из тех, что обсуждаются в этой книге, зачастую показывали образованных героев-мужчин, авторитетных деятелей и были рассчитаны на образованных зрителей<sup>44</sup>. Таким образом, постсоветская дискуссия о «качественном» телевидении советского прошлого отражает многие из тех же гендерных и классовых предрассудков, что и аналогичные дискуссии в США и других странах, в которых одни программы – предназначенные для образованных мужчин, для относительно богатых зрителей – превозносились над остальными<sup>45</sup>.

Таким образом, описание особенностей советского Центрального телевидения требует тщательного лавирования между рассказами его создателей с присущими им претензиями на оригинальность и множеством замечательных новых исследований, показывающих сходства и связи между социалистическим телевидением в Восточной Европе и его аналогами за железным занавесом<sup>46</sup>. Вместе с тем у советского Центрального телевидения все же были и отличительные черты, проистекающие именно из постоянной обязанности его продюсеров ограничивать телевидение Советского Союза (по определению – лидера среди социалистических государств Восточного блока) от его западных и даже восточноевропейских аналогов. Так, например, советское телевидение и его аудитория не были полностью феминизированы<sup>47</sup>. Хотя Центральное телевидение и стало предметом потребления в домашних условиях, как показала Рот-Эй, оно во многом определялось давно уже непростыми отношениями Коммунистической партии с повседневной домашней жизнью, бытом<sup>48</sup>. Когда программисты Центрального телевидения говорили об аудитории дневных программ, они имели в виду не домохозяйек (хотя советские домохозяйки существовали), а скорее школьников и фабричных рабочих, которые учились или работали во вторую (дневную, вечернюю) смену. Программы, специально адресованные женской аудитории, были нечастыми, притом что с середины 1960-х годов Центральное телевидение уделяло большое внимание работе со многими другими сегментами аудитории, включая детей, студентов, солдат, крестьян, профессиональных работников пропаганды и энтузиастов, интересующихся наукой<sup>49</sup>. Для советских женщин, конечно, выпускались телепрограммы, посвященные моде, воспитанию детей, здоровью и вопросам потребления, но эти редкие передачи не формировали структуру программы Центрального телевидения и не определяли его культурную роль.

Разумеется, гендерное позиционирование телевидения как мужского, статусного средства массовой коммуникации не исключало успешной карьеры для отдельных женщин в эфире и вне его. Главную информационную программу Центрального телевидения «Время», равно как и большие праздничные шоу-варьете, вела пара ведущих – мужчина и женщина. Вален-

---

<sup>44</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 261–268.

<sup>45</sup> Levine E., Newman M. Z. Legitimizing Television: Media Convergence and Cultural Status. N. Y.: Routledge, 2012. P. 1–13.

<sup>46</sup> Ученые, специально занимающиеся телевидением Восточной Европы, подчеркивают транснациональное влияние, равно как и отличительные особенности социалистического телевидения Восточной Европы. См., например, сб.: Popular Television in Eastern Europe... (особенно статью Михель «Развлекательное телевидение в социалистических странах Восточной Европы» (с. 13–29)).

<sup>47</sup> О гендере и восприятии телевизионных технологий в США см.: Spigel L. Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Post-War America. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

<sup>48</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 199–208.

<sup>49</sup> Huxtable S. In Search of the Soviet Reader: The Kosygin Reforms, Sociology, and Changing Concepts of Soviet Society, 1964–1970 // Cahiers du monde russe. 2013. Vol. 54. № 3. P. 623–642; First J. From Spectator to «Differentiated» Consumer: Film Audience Research in the Era of Developed Socialism (1965–80) // Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History. 2008. Vol. 9. № 2. P. 317–344.

тина Леонтьева, самая известная телеведущая конца 1950-х – 1960-х годов, оставалась в эфире более трех десятилетий. Да, ее роли зачастую были явно феминизированными (ведущая эмоционального ток-шоу «От всей души», ведущая популярной детской программы «Спокойной ночи, малыши!»), однако ее многолетнюю работу и всесоюзную известность невозможно отрицать. За кулисами женщины-продюсеры работали над созданием многих известнейших развлекательных программ, и кое-кто из них конвертировал эту роль в успешную карьеру на пост-советском российском телевидении.

В то же время советское телевидение отличалось сравнительно ограниченным использованием бытового антуража и домашних серийных форматов. Этим оно выделялось не только среди своих капиталистических аналогов, но и внутри соцблока, где в 1970-х годах были широко распространены семейные сериалы о частной жизни<sup>50</sup>. Советские телевизионщики зачастую и сами были недовольны таким положением дел, поскольку хорошо знали о влиянии и популярности «домашних» сериалов в других странах. Хотя место потребления телевидения – прямо у себя дома – и его якобы патологически-коммерческая роль на капиталистическом Западе (по мнению советских интеллектуалов) снижали культурный статус телевидения по сравнению, например, с кино и театром, амбициозные работники Центрального телевидения все же держались того мнения, что в их руках телевидение – это статусная, мужская, экспериментальная и новаторская форма культуры, имеющая отношение к самым насущным политическим и экономическим проблемам государства.

Эти претензии подкреплялись необычайной важностью ежегодного праздничного календаря для каждого аспекта программирования и производства на Центральном телевидении. Из-за праздников, нарушавших обычное расписание на несколько недель до и после, возникали регулярные периоды повышенного внимания к телепрограммам, во время которых на первый план выходило сильно политизированное взаимодействие между телевидением и аудиторией. В более широком смысле, подобно визионерам короткого «золотого века» американского телевидения конца 1940-х – начала 1950-х годов, многие сотрудники советского телевидения сохраняли приверженность праздничному пониманию самого этого медиума. Вместо того чтобы подкреплять и утверждать привычную домашнюю рутину, телевидение должно было, напротив, нарушать и менять ее, вводя в жизнь своих зрителей новые ритуалы. Примечательно, что даже после перехода в середине 1960-х годов на расписание с повторяющимися программами в предсказуемое время и – спустя несколько лет – отказа от прямого эфира амбициозные производители оригинального телевизионного контента все еще мыслили свою работу в терминах праздника и ритуала.

Эти амбиции, наряду с особой связью, которую работники Центрального телевидения проводили между собой и театральными и художественными экспериментами революционного авангарда, привели к неожиданной иерархии жанров<sup>51</sup>. Высоким статусом, как и на Западе, обладали зарубежные новости, но и игровые шоу (жанр, по престижу находящийся в самом низу иерархии в капиталистическом мире) тоже были весьма важны. По мере усиления контроля над новостными программами после 1968–1970 годов такие развлекательные жанры, как праздничная музыкально-эстрадная программа, обрели в глазах сотрудников Централь-

---

<sup>50</sup> *Huxtable S.* Real Socialism, Socialist Realism: Representing Soviet Normality in 1970s TV Drama – доклад, прочитанный в 2014 г. на съезде ASEEEES – Ассоциации славянских, восточноевропейских и евразийских исследований (Сан-Антонио, Техас). О значении подобных сериалов в разных странах см.: *Bren P.* The Greengrocer and His TV; *Mihelj S.* The Politics of Privatization. P. 251–267; *Imre A.* Television for Socialist Women // *Screen*. 2013. Vol. 54. № 2. P. 249–255; *Imre A.* Adventures in Early Socialist Television Edutainment // *Popular Television in Eastern Europe...* P. 30–46; *Kochanowski K. et al.* An Evening with Friends and Enemies // *Popular Television in Eastern Europe...* P. 81–101; *Hammer F.* Coy Utopia: Politics in the First Hungarian TV Soap // *Popular Television in Eastern Europe...* P. 222–240; *Machek J.* The Counter Lady as a Female Prototype: Prime-Time Popular Culture in 1970s and 1980s Czechoslovakia // *Media Research: Croatian Journal for Journalism and Media*. 2010. Vol. 16. № 1. P. 31–52.

<sup>51</sup> О специфических жанрах, возникших в восточноевропейских социалистических телевизионных системах, см.: *Popular Television in Eastern Europe...* P. 4, 30–46, 65–104.

ного телевидения большое значение, поскольку содержали в себе как популярное развлечение, *так и* больше возможностей для политизированной игры (голосование зрителей и т. п.)<sup>52</sup>. Во всех жанрах – от телеигр до новостей и многосерийных фильмов – советские телевизионщики видели свою задачу как в угождении зрителям, так и в достижении насущных общественных целей, таких как мобилизация рабочих, сплочение семей, создание новых образцовых коллективов посредством игры. Этот набор функций, приписываемых всем советским телепрограммам независимо от того, насколько тривиальными или шаблонными казались они по своей тематике, поместил вроде бы низкие жанры в самый центр миссии Центрального телевидения.

Конечно, глядя на утомительные многочасовые телефильмы и передачи о рабоче-крестьянских героях, созданные в тот период, можно решить, что на Центральном телевидении не было ничего интересного и уж тем более экспериментального. Да, было засилье формализованного языка, особенно во внутренних новостях и документальных фильмах. Но что если мы посмотрим не только на язык, но и на огромное количество визуальных, пространственных и временных решений в каждой отдельной телепередаче? Как и советский юмор того периода, часто основанный на контрасте между словами артиста и его физической игрой, визуальный контент Центрального телевидения содержит в себе множество деталей и решений, показывающих, сколь широко советское телевидение экспериментировало с новыми способами объединения аудитории и репрезентации советских людей<sup>53</sup>. Как и во многих других областях жизни в СССР, где культурные инновации одновременно поощрялись и подавлялись, более творческие передачи Центрального телевидения создавались в условиях постоянного вмешательства цензоров<sup>54</sup>. Однако у советской цензуры были особые интересы: наибольшее внимание уделялось тому, кто мог появляться в эфире, как эти люди выглядели, во что были одеты, а особенно – что говорили (или пели). Большое значение отводилось и тому, чтобы в эфире не упоминалась информация, подпадавшая под категорию государственной тайны, определявшуюся очень широко. Эти особые заботы и пристальное внимание к предварительному утверждению написанных сценариев тем не менее открывали путь для многочисленных экспериментов с формальными, пространственными и визуальными аспектами контента Центрального телевидения. Что же до тех передач, которые были и вербально, и визуально шаблонными, то сама их скучность, неспособность увлекать, развлекать или влиять стала источником многих тревожных – и показательных – дебатов о причинах и последствиях отчуждения аудитории.

Вот почему интересным и достойным исследования можно считать *все* советское телевидение. Однако эта книга по необходимости избирательна и неполна. Я сосредоточиваюсь лишь на нескольких передачах и жанрах, созданных московским Центральным телевидением (или для него), многие из которых выходили в эфир нечасто – раз в месяц или только по праздникам. Эти передачи были популярны и хорошо запомнились как зрителям, так и сотрудникам телевидения именно в силу своей необычности: они сами по себе были праздничными событиями. Значение соответствующих жанров как для зрителей, так и для сотрудников и руководства Центрального телевидения четко отражено в государственных и партийных архивах Централь-

---

<sup>52</sup> Как показала Сабина Михель, развлекательные программы составляли весьма существенную часть того, что предлагали социалистические телесистемы Восточной Европы в 1960–1970-х гг. (*Mihelj S. Television Entertainment in Socialist Eastern Europe // Popular Television in Eastern Europe... P. 18–20*).

<sup>53</sup> *Oushakine S. Laughter Under Socialism: Exposing the Ocular in Soviet Jocularities // Slavic Review. 2011. Vol. 70. No 2. P. 247–255.*

<sup>54</sup> О периодическом поощрении культурных инноваций см.: *Yurchak A. Everything Was Forever... P. 126–157 [Юрчак А. Это было навсегда... С. 255–310]. О цензуре см.: Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 233–235, 251–253. Цензура включала в себя допроизводственную цензуру, которую проводили редактор каждой передачи, а затем главный редактор отдела программ; за этим следовало окончательное утверждение цензорами Главлита, которые читали, правили и подписывали сценарии Центрального телевидения перед их выходом в эфир. Сюда же относятся многочисленные случаи, когда сотрудников телекомпаний вызывали на ковер – с различными последствиями – после того как уже вышедшая в эфир программа вызывала недовольство руководства Центрального телевидения.*

ного телевидения: эти передачи были предметом широких дискуссий как в самих редакциях, так и в прессе и в профессиональных изданиях, посвященных журналистике и вещанию. Множество откликов они получали и от зрителей – в письмах и в опросах, по результатам которых признавались самыми популярными программами на Центральном телевидении. Дискуссии, вызванные этими программами, тем более подтверждают их ключевое значение как для проблем, так и для возможностей, которые телевидение создавало для советского государства и его граждан.

Далее, я рассматриваю в основном передачи, транслировавшиеся на первом, всесоюзном канале Центрального телевидения, и – за редкими исключениями – обхожу стороной очень важные и разнообразные программы национальных, региональных и местных телевизионных станций Советского Союза, а также других – региональных – каналов Центрального телевидения<sup>55</sup>. Во многом опыт просмотра советского телевидения определялся местом жительства. Как шутил тележурналист Владислав Листьев, самыми передовыми существами в Советском Союзе были тюлени в Анадыре, видевшие первую трансляцию Первого канала на Дальний Восток – прежде, чем просыпалась цензура и «резала» московскую трансляцию<sup>56</sup>. Хотя в этой книге обсуждаются передачи, которые видело и помнит большинство советских телезрителей, я не могу восстановить конкретные языковые, региональные, национальные и международные контексты, в которых эти передачи являлись разным семьям в самых разных уголках огромного Советского Союза. Я рассматриваю рецепцию прежде всего с точки зрения продюсеров Центрального телевидения, используя источники информации об аудитории, к которым у них был доступ: письма зрителей и социологические опросы. Меняющиеся способы, которыми сотрудники Центрального телевидения представляли себе зрителей, узнавали их мнения и реагировали на них, достаточно важны, чтобы оправдать эти ограничения; в значительной мере эта книга посвящена элитам, приближенным к центру советской власти, и чрезвычайно влиятельным телепрограммам, которые они производили для огромной аудитории<sup>57</sup>. Они всегда имели в виду свою аудиторию – от зрителей, живущих в далеких уголках, чью реакцию они пытались вообразить себе сами или неточно измеряли при помощи писем и опросов, до более близкой и влиятельной аудитории на Центральном телевидении, в прессе и в ЦК. Я фокусируюсь на политическом центре, поскольку в Советском Союзе телеигры, новости, многосерийные фильмы и эстрадно-музыкальные программы, наряду со многими другими развлекательными и серьезными жанрами, в значительной мере были вопросами высокой политики. Но это не значит, что рецепция не имеет значения: напротив, вопрос рецепции был неотделим от контента Центрального телевидения и в этой книге является центральным.

Книга организована тематически, а не хронологически, хотя я и постаралась сделать ее как можно более хронологически последовательной. В результате многие главы охватывают один и тот же период длиной примерно в полтора десятилетия – с середины 1960-х до конца 1970-х – начала 1980-х годов. Я решила пересечь границу 1968–1970 годов не один раз, чтобы показать ее разнообразное влияние на различные жанры программ. В одних главах реальные перемены происходят за несколько лет до 1968 года; в других 1968–1970 годы ознаменовались (часто временным) отказом от телевизионных экспериментов, тесно связанных с реформами, а в третьих 1969-й и 1970-й стали годами особенно активных экспериментов и особенно активной игры, которые затем продолжались на протяжении всех 1970-х. Так или иначе, я утверждаю, что в большинстве телевизионных жанров, которые здесь исследуются, за исключением внутренних новостей, начиная с 1968–1970 годов происходили фундаментальные экс-

---

<sup>55</sup> Второй всесоюзный канал появился лишь в 1982 г.

<sup>56</sup> См.: ТВ – времена перемен?: книга признаний и откровений / Сост. С. А. Муратов, М. Б. Топаз. М.: ИКАР, 2010. С. 92.

<sup>57</sup> Как утверждает Сабина Михель, представления медиапроизводителей о своей аудитории – важный объект изучения, поскольку они формировали как программы, так и саму аудиторию, открывая одни возможности для реакции последней и закрывая другие (*Mihelj S. Audience History as a History of Ideas*. P. 25).

перименты с альтернативными способами репрезентации советской жизни и поиском новых основ для государственной власти. После 1968 года эти изменения часто основывались непосредственно на идеях, сформулированных сотрудниками Центрального телевидения и их аудиторией в конце 1950-х или в 1960-х, но были существенно переосмыслены и появлялись в эфире в гораздо более явной форме. Начиная с 1970 года – в ответ на меняющиеся приоритеты и давление сверху – происходило и множество более тонких изменений в акцентах, но именно конец 1960-х стал самым важным поворотным моментом, началом экспериментальной эпохи, которая продолжается до сих пор.

В первой главе раскрываются источники особого понимания телевидения как поля для экспериментов и социальных преобразований, обнаруженные внутри и около Центрального телевидения 1950-х годов; далее эти идеи помещаются в международный контекст – как часть послевоенных европейских и американских надежд на преобразующий потенциал телевидения (и кино). Как мы увидим, на Центральном телевидении эти идеи сохраняли силу еще долго после того, как где-то от них уже отказались, и это несмотря на более систематическую цензуру и урезание прямого эфира. В самом деле, невозможность реализации наиболее амбициозной версии этих идей, сформулированной в работах критика Владимира Саппака, способствовала рождению телевидения как журналистской и художественной профессии в Советском Союзе: там, где полная мгновенность и прозрачность – недостижимы, ремесло и мастерство – необходимы.

Во второй главе мы увидим, как начиная с середины 1960-х сотрудники Центрального телевидения, подобно их коллегам в кино и газетной журналистике, переосмыслили свои отношения с аудиторией. В 1964–1965 годах изменения во внутренней и международной политике заставили Центральное телевидение начать намного более масштабную программу социологических исследований аудитории и создать телевизионное расписание, направленное на достижение максимально возможной зрительской аудитории для новой вечерней программы новостей «Время». Получив новые социологические данные об аудитории, телевизионные специалисты, ответственные за создание новой сетки вещания, попытались нащупать баланс между противоречивыми императивами Центрального телевидения: передавать политические сообщения и развлекать; привлекать зрителей к экрану, но не удерживать их возле него надолго. Даже после свертывания социологических исследований на Гостелерадио после 1970 года Центральное телевидение продолжало транслировать программы наиболее популярных жанров в прайм-тайм – в ущерб сугубо пропагандистским программам, не особо считавшимся со зрительскими вкусами. Эти развлекательные программы отнюдь не были аполитичными, но даже с их неявным морализаторством они существенно отличались – как более инклюзивные, более экспериментальные – от того сухого рациона, что преобладал вне прайм-тайма.

В третьей главе рассматривается третья отличительная особенность контента Центрального телевидения: тесная связь развлекательных программ с годовым циклом праздников. Эта особенность возникла в 1960-х годах как решение проблемы развлекательного телевидения в государстве, стремящемся к просвещению и мобилизации. В 1960-х проблема обоснования выбора одних, а не других исполнителей и песен для главной новогодней телепрограммы страны могла во многом решаться путем преподнесения музыкальных развлечений как подарка к празднику. Но к концу 1960-х это решение уже перестало быть адекватным. Новая праздничная программа, созданная в 1970 году и получившая название «Песня года», обратилась к зрительскому голосованию и к другим, более процедурным способам репрезентации социально и поколенчески раздробленной аудитории.

Четвертая глава посвящена программам новостей и проблеме скуки. Продюсеры Центрального телевидения и самые разные зрители – в советских квартирах и в ЦК – остро сознавали, что самые политически важные телепрограммы, прежде всего новости и другие доку-

ментальные передачи о советской жизни, выглядят до неловкости замедленными. Особенно проигрышным было сравнение с зарубежными радиотрансляциями, но, согласно жалобам зрителей и критиков, контраст был заметен даже и в рамках одного вечернего выпуска «Времени»: внутренние новости имели какой-то странный вневременной характер, лишенный, казалось, всякой связи с конкретным днем или даже годом, что резко контрастировало с актуальностью и насыщенностью жизни за рубежом. Конечно, отчасти этот контраст был намеренным. К концу 1960-х один из главных тезисов советского государства о превосходстве советской жизни над жизнью в капиталистическом мире заключался в том, что советская жизнь предсказуема и безопасна. Однако показать советское настоящее через телевизионные новости, которые были бы динамичными и захватывающими и в то же время успокаивающе предсказуемыми, было непросто. Зато в 1970-х годах новостные программы, посвященные исключительно зарубежным новостям, смогли реализовать многие из тех изменений, что предлагали тележурналисты в конце 1960-х годов.

По сравнению с новостями многосерийные фильмы, расцвет которых начался после 1965 года, содержали в себе гораздо больше эстетических ресурсов для изображения советского превосходства, все больше понимавшегося как основанное на более высоких моральных и духовных качествах советского народа. В пятой главе рассматривается самый знаковый телевизионный мини-сериал 1970-х годов – «Семнадцать мгновений весны» (реж. Татьяна Лиознова, 1973). Трансляция фильма породила в обществе дискуссии о моральной сложности, о необходимости новых, постсталинских героев, которые могли бы исправить неблагоприятные последствия культа Сталина и переустановить послевоенную империю Советского Союза в Европе на более твердой почве, а также о роли телевидения в том, чтобы сделать превосходство советских людей (а значит, и легитимность советской империи) прозрачным и понятным для зрителей. Этот мини-сериал предложил для заключения между государством и интеллигенцией новый договор, основанный на общих ценностях и в конечном счете на подчинении власти чекистов. Однако крайняя моральная двусмысленность декораций и персонажей мини-сериала, превратившего штаб-квартиру гестапо весной 1945 года в площадку для игр остроумных бюрократов и интеллигентных шпионов, предполагала, что убедиться в моральном превосходстве советского человека (то есть проверить общее убеждение, сделавшее возможным новый договор) было чрезвычайно сложно и что это требовало тщательной подготовки.

В шестой и седьмой главах рассматривается еще один лейтмотив советской культуры 1970-х: проблема полномочий. Телезрители, еще со сталинских лет пользовавшиеся правом на развлечения ради удовольствия и еще меньше боявшиеся требовать их при Хрущеве, в своих письмах на Центральное телевидение принялись жаловаться на нечестную игру и несправедливые правила, замеченные ими в телевизионных играх и музыкальных конкурсах. Как будет показано в шестой главе, в 1960-х годах вокруг телеигры «Клуб веселых и находчивых» (КВН) между телезрителями, критиками и телепродюсерами развернулась активная дискуссия о полномочиях судей. В основном дебаты велись вне эфира – в письмах телезрителей и в профессиональных журналах. Однако к концу 1960-х ситуация изменилась. В 1972 году КВН был закрыт, а его герои – представители студенческой элиты – вовсе исчезли из телевизионных игр молодежной редакции, пока в 1977 году не появилась другая телеигра с участием студенческой молодежи – «Что? Где? Когда?» Владимира Ворошилова. Эксперименты же со зрительским судейством и справедливыми правилами, к которым давно призывали критики и поклонники КВН, были реализованы в серии новых телевизионных игр, созданных в 1969–1970 годах. Эти новые телеигры перенесли дебаты о честной игре в эфир и вовлекли зрителей – как избирателей и судей – в более строго ограниченные, однако политически важные состязания вкусов, потребительских знаний и идентичностей среди молодежи рабочего класса<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> О важности гендера, вкуса и потребления как «полей сражения» холодной войны см.: *Reid S. Cold War in the Kitchen:*

Советские телевизионные игры и конкурсы начала 1970-х годов, появившиеся после КВН, представляли, пусть и в тщательно ограниченных сферах, советскую систему, соблюдающую собственные демократические законы. В седьмой главе рассматриваются еще две телеигры-долгожительницы: «Артлото» (1971–1978) и «Что? Где? Когда?» (1977 – наст. вр.), которые привели к возникновению мира, управляемого по совершенно иным правилам. Эти экспериментальные передачи составляют контекст для судьбоносного решения Горбачева поэкспериментировать с основами советской политической жизни: ведь он и его поколение выросли в среде, где изменение правил игры открыто поощрялось самыми популярными программами Центрального телевидения. Завершается книга эпилогом, в котором описано решающее влияние экспериментальных передач Центрального телевидения 1970-х годов, особенно телеигр, а также музыкальных конкурсов и зарубежных новостей, на самые известные, новаторские и политически влиятельные программы конца 1980-х – «Взгляд» и «Двенадцатый этаж»; на их счет часто относят как развал советского государства, так и становление нового поколения медиаэлиты, многие представители которого продолжают доминировать в российских СМИ путинской эпохи.

## Глава 1

# НЕ ЗЕРКАЛО, А УВЕЛИЧИТЕЛЬНОЕ СТЕКЛО СОВЕТСКИЙ ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ЭНТУЗИАЗМ

Для первых теоретиков советского телевидения, как и для их коллег в США и других странах Европы, телевидение было новым средством коммуникации, принадлежащим к новой эпохе и способным на преобразование социальной и политической жизни<sup>59</sup>. Поскольку распространение телевизионных технологий было задержано Второй мировой войной, массовую аудиторию в Европе и США телевидение приобрело в десятилетия холодной войны – и стало в значительной мере ассоциироваться с надеждами и страхами того времени<sup>60</sup>. В Москве Владимир Саппак, театральный критик и «пророк» раннего советского телевидения, описал силу телевидения на языке, связавшем новое средство коммуникации с главной мечтой постсталинских лет – с восстановлением искренности, подлинности и прозрачности в общественной и личной жизни<sup>61</sup>. Телеобъектив, писал он, «требует подлинности и не терпит фальши. Он подмечает каждую ложную ноту... Иначе сказать, он обостряет наше чувство правды»<sup>62</sup>. Телевизионный экран, как утверждал Саппак, оказывается способен на нечто подобное тому, что русские авангардисты до и после революции 1917 года называли новым зрением, – то есть на революцию в восприятии, или светское откровение под воздействием искусства, благодаря которому люди могут вырваться из рутины и увидеть мир в новом, более правдивом свете<sup>63</sup>. «Кажется, – писал Саппак, – еще немного, и мы сможем сказать о нем словами Маяковского: „не отображающее зеркало, а – увеличивающее стекло!“»<sup>64</sup>. Телевидение, провозглашал Саппак, позволяет использовать одну из самых фундаментальных тем советской культуры – достижение «нового зрения» как необходимого условия для революции – не только для десталинизации, но и для революционного преобразования советской жизни.

Советский телевизионный «энтузиазм» – так Кристин Рот-Эй назвала набор ценностей и амбиций, присущий работникам Центрального телевидения во второй половине 1950-х годов, – был тесно связан с внутрисоветскими политическими и интеллектуальными процессами того времени<sup>65</sup>. Вместе с тем риторика и амбиции «золотого века» советского телевидения имели поразительное сходство с риторикой и амбициями «золотого века» американского телевидения, наступившего десятилетием ранее, а кроме того – с более ранними советскими надеждами на другие новые медиа; этот энтузиазм был абсолютно транснациональным явлением<sup>66</sup>. Американские телевизионные критики и продюсеры тоже в свое время грезили о способности телевидения преодолевать время и пространство, делать людей открытыми и соединять интимное с общественным. В конце 1940-х – начале 1950-х небольшая, но влиятельная группа американских телевизионных продюсеров, журналистов и критиков, самым известным из которых был Пэт Уивер (президент Эн-би-си в 1949–1956 годах), выделила и принялась

---

<sup>59</sup> О долгой истории (в рамках западной культуры) размышлений о преобразующей силе новых медиа см.: *Bolter J. D., Grusin R. Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

<sup>60</sup> *Nadel A. Cold War Television and the Technology of Brainwashing // American Cold War Culture / Ed. by D. Field*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005. P. 146–147.

<sup>61</sup> Наиболее подробный рассказ о Саппаке на английском языке см. в: *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 236–237.

<sup>62</sup> *Sannak B. Телевидение, 1960. Из первых наблюдений // Новый мир*. 1960. № 10. С. 183.

<sup>63</sup> *Clark K. Petersburg: Crucible of Cultural Revolution*. Cambridge: Harvard University Press, 1995. P. 30–38 [*Кларк К. Петербург, горнило культурной революции / Пер. с англ. В. Макарова*. М.: Новое литературное обозрение, 2018. С. 53–66].

<sup>64</sup> *Sannak B. Телевидение и мы*. С. 56.

<sup>65</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 244; *Zubok V. Zhivago's Children*. P. 140–154.

<sup>66</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 244.

обсуждать две важнейшие особенности телевидения: живость и способность «улучшать зрение» путем предоставления зрителям возможности «рентгеновского» видения повседневной жизни, а особенно – конкретных людей на экране. Эти качества, по мнению американцев, отличали телевидение от радио и кино, якобы испорченных коммерцией, и позволяли ему служить мощным новым средством коммуникации для совершенствования американской демократии и каждого отдельного гражданина, что они считали новой насущной целью ввиду предполагаемой культурной угрозы со стороны Советского Союза<sup>67</sup>.

Столь широкий набор общих посылок и ценностей, разделяемых советскими, американскими, восточно- и западноевропейскими телевизионными идеалистами, не должен нас удивлять<sup>68</sup>. Как показал Дэвид Коут, холодная война велась отчасти как состязание за наследство Просвещения; как и в любом состязании, соперничество было возможно благодаря принципиальному согласию относительно культурных ценностей и правил игры<sup>69</sup>. Послевоенный сдвиг в сторону социального обеспечения и потребительских благ как основных областей конкуренции между Советским Союзом и Соединенными Штатами способствовал распространению телевидения в этих странах и в их европейских сферах влияния<sup>70</sup>. Он также поставил телевидение в центр характерных для холодной войны усилий, направленных на формирование индивидуального экономического поведения и перестройку социально-политической жизни<sup>71</sup>. По обе стороны Атлантики сочетание послевоенного оптимизма и культурной незащищенности в условиях холодной войны усиливало надежды на то, что новая мощная технология может преобразовать общество, и приводило к сближению амбиций небольших групп культурной элиты в обеих лагерях.

Что особенно характерно для *советского* телевизионного энтузиазма в этом контексте, так это то, как долго он продолжался. Труды Владимира Саппака оставались ориентиром для советских телевизионщиков еще долгое время после прекращения прямого телевидения в конце 1960-х. Саппак был упомянут в статье «Телевизионное вещание» в издании «Большой советской энциклопедии» 1969–1978 годов, а его книга 1963 года «Телевидение и мы» до сих пор изучается на российских факультетах журналистики<sup>72</sup>. В основе энтузиазма советского телевидения, как и его западных аналогов, лежала идея, согласно которой телепрограмма должна быть особым событием, нарушающим рутину, а не воспроизводящим и закрепляющим ее. Этот праздничный взгляд на природу телевидения вполне соответствовал усилиям по определению советской культуры в противовес капиталистической массовой культуре и отупляющим ритмам повседневной жизни и быта<sup>73</sup>. Он также отражал амбиции советских работников телевидения, которые стремились записать себя в художественную интеллигенцию. Идея

---

<sup>67</sup> Boddy W. *Fifties Television: The Industry and Its Critics*. Urbana-Champaign: University of Illinois Press, 1990. P. 74; Bernhard N. E. *U. S. Television News and Cold War Propaganda*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 52.

<sup>68</sup> Mihelj S. *Television Entertainment in Socialist Eastern Europe* // *Popular Television in Eastern Europe...* P. 13–29; Mihelj S. *The Politics of Privatization*.

<sup>69</sup> Cauter D. *The Dancer Defects: The Struggle for Cultural Supremacy During the Cold War*. N. Y.: Oxford University Press, 2003. P. 3–4.

<sup>70</sup> Подробнее о расширении глобального телевидения как арены конкуренции, взаимодействия и сотрудничества в период холодной войны см.: Schwoch J. *Global TV: New Media and the Cold War, 1946–1969*. Urbana-Champaign: University of Illinois Press, 2009; Lundgren L. *Live from Moscow: The Celebration of Yuri Gagarin and Transnational Television in Europe* // *View: Journal of European Television History and Culture*. 2012. Vol. 1. № 2. P. 45–55.

<sup>71</sup> Об истоках этого качества послевоенного государства XX в. см.: Poggi G. *The Development of the Modern State: A Sociological Introduction*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1978. P. 132–134.

<sup>72</sup> Ланни С. Телевизионное вещание // *Большая советская энциклопедия* / Гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. Т. 25. М.: Сов. энциклопедия, 1976. С. 378–380. Книга Саппака «Телевидение и мы» включена в список литературы для подготовки к госэкзамену бакалавриата Высшей школы (факультета) телевидения МГУ: [http://ftv.msu.ru/for\\_students/gos\\_bak.php](http://ftv.msu.ru/for_students/gos_bak.php). См. также программу спецкурса «Телерепортер в прямом эфире» (2014) в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ: <http://jf.spbu.ru/stu/3215/3217-148.html>.

<sup>73</sup> О телевидении и быте см.: Roth-Ey K. *Moscow Prime Time*. P. 199–208.

о преобразующей силе телевидения, кроме того, отвечала реальной потребности послесталинской эпохи в культурных решениях политических проблем. Когда государство, решая задачу мобилизации населения, перешло от принуждения к убеждению, значение пропаганды и популярных развлечений как рычагов влияния значительно возросло, так же как и хрущевское сокращение рабочей недели увеличило количество свободного времени для многих советских граждан.

Не все элементы энтузиазма советского телевидения смогли пережить трансформации 1960-х: упадок революционного оптимизма после провала бурных реформ Хрущева, сохраняющееся беспокойство по поводу иностранных радиопередач для советских граждан, расширение аудитории Центрального телевидения за пределы образованной городской элиты. И все же хотелось бы подчеркнуть сохранение и даже процветание более ограниченной разновидности энтузиазма советского телевидения в 1970-х годах и далеко за их пределами, вплоть до настоящего времени. После эйфорического дебюта на Московском фестивале молодежи в 1957 году, когда некоторым наблюдателям показалось, что телевидение способно, не прибегая ни к какому посредничеству, демонстрировать революционные преобразования советской жизни, энтузиасты Центрального телевидения затем сместили фокус – в ответ на практические и политические проблемы, поднятые этим максималистским взглядом на роль телевидения<sup>74</sup>. В результате возникла гибкая телевизионная эстетика, подчеркивающая два тезиса о силе телевидения: во-первых, его способность создавать массмедийные празднества (в контролируемых, студийных условиях), позволяющие исследовать новые способы социального и политического взаимодействия и участия, а во-вторых, способность глубже раскрывать советского человека, помещая превосходство СССР в холодной войне не в материальный мир, а в субъективность отдельных советских людей<sup>75</sup>. Эти два тезиса сохраняли в себе идеалы и амбициозные цели телевизионного энтузиазма, но оказались весьма адаптируемыми: объект съемки и содержание празднества могли меняться в зависимости от переменчивых политических ветров.

---

<sup>74</sup> Эти дебаты повторяли споры о документальном кино начала 1930-х, особенно вокруг работ Дзиги Вертова. См.: *Papazian E. Manufacturing Truth: The Documentary Moment in Early Soviet Culture*. DeKalb, IL: Northern Illinois University Press, 2009. P. 72.

<sup>75</sup> О личности отдельных «простых» граждан как о ключевом объекте политической активности в период оттепели см.: *Pinsky A. The Individual After Stalin: Fedor Abramov, Russian Intellectuals, and the Revitalization of Soviet Socialism, 1953–1962*. Ph. D. diss., Columbia University, 2011. Подробнее о социалистическом «образе жизни» как о ключевой арене соперничества в холодной войне см. в: *Evans A. Soviet Marxism-Leninism: The Decline of an Ideology*. Westport, CT: Praeger, 1993. P. 132–143; *Bren P. The Greengrocer and His TV*. P. 207; *Shaw T., Youngblood D. Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds*. Lawrence: University of Kansas Press, 2010. P. 47–50, 112–124; *Klumbyte N. Soviet Ethical Citizenship: Morality, the State, and Laughter in Late Soviet Lithuania // Soviet Society in the Era of Late Socialism 1964–1985*. P. 92; *Evans C. 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*. 2015. Vol. 56. № 2–3. P. 543–569.

## МОСКОВСКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ И ИСТОКИ СОВЕТСКОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЭСТЕТИКИ

В нарративе об эволюции телевидения, который работники Центрального телевидения начали конструировать для себя к началу 1960-х годов, Всемирный фестиваль молодежи и студентов предстал как момент основания новой, праздничной телевизионной эстетики. Фестиваль создавался и представлялся как «медиасобытие», одно из «тех исторических событий – в основном государственных, – которые транслируются по телевидению в момент их проведения и потрясают нацию или даже весь мир»<sup>76</sup>. Как показала Кристин Рот-Эй, планы проведения Молодежного фестиваля проложили путь к долгожданной бюрократической реорганизации и увеличению технических ресурсов Центрального телевидения. Весной 1957 года, после нескольких лет разговоров об этом в прессе, в которых участвовал, среди прочих, актер Игорь Ильинский, Центральное телевидение было выведено из-под контроля Министерства культуры и объединено с радио во вновь созданном Государственном комитете по радиовещанию и телевидению при Совете министров СССР (далее – Гостелерадио)<sup>77</sup>. Как часть нового Госкомитета Центральное телевидение отныне имело прямой доступ к высокопоставленному покровителю – председателю Совета министров – без необходимости соперничать со своими конкурентами, театром и кино, чье влияние в Министерстве культуры было намного более значительным<sup>78</sup>. Центральное телевидение получило новое здание для студии, шесть новых передвижных вещательных станций, десять шестнадцатимиллиметровых кинокамер и другое оборудование<sup>79</sup>. Вооружившись всем необходимым, телевизионщики смогли вырваться из тесных стен студии на городские улицы, где массовые мероприятия фестиваля разрушали барьер между актерами и зрителями, превращая всю Москву – ставшую по этому случаю международным мегаполисом – в одну большую сцену<sup>80</sup>.

Саппак считал, что именно преобразование ландшафта Москвы в ходе фестиваля и было самым важным объектом для взгляда камеры. То, что увидели зрители, было, по его мнению, величественнее самого великого документального фильма – новым и подлинным воплощением концепции документалиста Дзиги Вертова о «жизни, застигнутой врасплох» и вынужденной раскрыть свой внутренний, сокровенный смысл<sup>81</sup>. Подобно кинокамере, писал Саппак, «объектив телекамеры „зорче“ нас, он вглядывался бы в лица прохожих, увидел бы, что каждый

<sup>76</sup> Dayan D., Katz E. Media Events. P. 1.

<sup>77</sup> См., например: Парков В. Возможности телевидения не используются // Советская культура. 1953. 16 июля. С. 2; Размышления у телевизора // Литературная газета. 1956. 12 мая. Проблемы с Министерством связи – еще одним министерством, в ведении которого находилось Центральное телевидение, – продолжались, поскольку Гостелерадио все еще зависело от министерства в поставках большей части своего оборудования, от передвижных телевизионных станций до кабеля для камер. См.: Речь тов. Трайнина на партийном собрании Государственного комитета по радиовещанию и телевидению при СМ СССР, 28 февр. 1958 г. // ОХДОПИМ. Ф. 2930. Оп. 1. Д. 2. Л. 1. Название Гостелерадио с течением времени менялось; в 1970 г. слова «телевидение» и «радиовещание» поменяли местами, чтобы отразить превращение телевидения в основное советское средство массовой коммуникации.

<sup>78</sup> Руководство нового госкомитета также переехало в просторные кабинеты в недавно построенном здании по адресу: ул. Пятницкая, д. 25. Но этот более высокий статус сопровождался и более пристальным вниманием власти: летом 1957 г. ЦК создал внутри своего аппарата «сектор радио и телевидения», чтобы следить за нововведениями на телевидении. См.: Кузнецов Г. В., Мезяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения (1957–1970) // www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob\_no=4623.

<sup>79</sup> Roth-Ey K. Mass Media and the Re-making of Soviet Culture, 1950s–1960s. Ph. D. diss., Princeton University, 2003. P. 341–342.

<sup>80</sup> Конечно, и до этого момента было много внестудийных трансляций со спортивных мероприятий, а также из заводских цехов и со взлетно-посадочных полос аэропортов; Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 227. О преображении города под воздействием Молодежного фестиваля см.: Gilburd E. To See Paris and Die: Western Culture in the Soviet Union, 1950s and 1960s. Ph. D. diss., University of California. Berkeley, 2010. P. 69–76.

<sup>81</sup> Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы. М.: Искусство, 1963. С. 184–185. О влиянии Вертова на советский телевизионный энтузиазм см.: Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 236–245.

дом имеет свой облик, заметил бы то, чего не замечаем мы сами в примелькавшемся пейзаже». Саппак отмечал:

Рама обновляет и активизирует наше впечатление, превращает жизнь в объект наблюдения, в зрелище, позволяет взглянуть на жизнь как бы со стороны. <...> Стихийно или по воле оператора-режиссера... возникает «композиция кадра», художественное соотношение частей: все это эстетически организует жизнь, расставляет акценты, в конечном итоге – выражает отношение к ней. Итак, передача с московского фестиваля была вершиной документального телевидения<sup>82</sup>.

Однако, по утверждению Саппака, достижения телевидения на Молодежном фестивале даже превзошли возможности документального кино. Будь фильмы о фестивале сняты и просмотрены позже, заявлял Саппак, впечатления были бы уже не те. «Пусть прошло время и о московском фестивале были сняты кинофильмы, где есть и цвет, и напряженный монтаж, и поэтический дикторский текст, – писал он. – Они тоже по-своему взволновали нас. Но это не было уже волнение непосредственное, живое и неповторимое...»<sup>83</sup> Поскольку телевизионная трансляция велась в режиме реального времени, участие аудитории было гораздо более непосредственным, почти физическим. Зрители

живут той же минутой и так же, как те, кто идет или едет по улицам, ощущают значительность этой минуты, живое дыхание ее. Это так – одни на улицах, другие у своих окон, третьи у телевизоров, и у всех общее волнение, общая ответственность. Все мы участники московского фестиваля!<sup>84</sup>

Лишь прямой эфир делал возможным подобное чувство участия, включение зрителей в то, что Саппак назвал «вдохновенной – в масштабах целого города – импровизацией».

Саппаковское изображение Молодежного фестиваля как живой, рассредоточенной в пространстве «импровизации», участвовать в которой можно было не выходя из дома, показывает, насколько тесно были связаны его представления о природе и эстетических качествах телевидения, с одной стороны, с массовыми празднествами послереволюционного авангарда, а с другой – с особым, оптимистическим, даже эйфорическим взглядом на природу повседневной советской жизни в период хрущевской оттепели. Описывая способность телевидения создавать эстетический опыт, выходящий за рамки простого наблюдения за событиями, Саппак явно упускает из виду многие приемы, использовавшиеся советскими документалистами. В первом из приведенных выше отрывков остается неясным: возникает ли «композиция кадра» «стихийно» или «по воле оператора-режиссера»? Такое почти пассивное посредничество мало напоминает, скажем, монтаж Сергея Эйзенштейна, который выбивал зрителей из визуальной рутины, сталкивая непохожие образы и разрывая кадр<sup>85</sup>. В отличие от советских 1920-х, когда искусство должно было совершить работу эстетической революции, конец 1950-х годов был пиком оттепельного оптимизма, отчего Саппак и мог утверждать, что революционная трансформация повседневной жизни становится очевидной повсюду. Для него одной из причин, почему телевидение было особенно перспективным кандидатом на роль искусства, несмотря на кажущуюся ограниченность художественных ресурсов прямого эфира, было то, что сама жизнь становилась все более похожей на искусство.

Саппак высказывал эту мысль с осторожностью, аккуратно совмещая идею о том, что телевидение может помочь зрителям видеть по-новому, и идею о том, что эта эстетическая

---

<sup>82</sup> Саппак В. Телевидение и мы. С. 177, 186.

<sup>83</sup> Ibid. P. 186.

<sup>84</sup> Ibid.

<sup>85</sup> Clark K. Petersburg. P. 33–34 [Кларк К. Петербург... С. 57–60].

революция уже вышла за пределы сознания просвещенных людей и перешла в документальный мир фактов. Желание Вертова раскрыть глубинный смысл жизни, заставить ее «врасплох», возможно, уже не требует таких ухищрений, как скрытые камеры. «В наши дни, – писал Саппак, – жизнь обнажает такие свои пласты, формирует и выносит на поверхность такие „обобщенные“ характеры, что, кажется, сама делает за искусство его работу»<sup>86</sup>. Превращение жизни в искусство может потребовать лишь самого минимального вмешательства художника-оператора, а может быть, и вообще никакого.

Таким образом, рассказ Саппака о советских телепередачах, посвященных Московскому фестивалю, выявляет особую связь между энтузиазмом советского телевидения и тем особым оттепельным моментом эйфории и революционных ожиданий, который его породил, и помогает нам определить черты, отличающие ранние надежды относительно советского телевидения от столь же гиперболических оценок телевидения в США десятилетием раньше и еще более ранних «новых медиа» в СССР. В конце концов, проблема взаимоотношений между художественной репрезентацией и документальным фактом имела долгую историю в русском и советском искусствоведении. Идея «самотипизирующейся» действительности существовала в русской художественной критике с конца XIX века<sup>87</sup>. Сам Эйзенштейн, как известно, воображал «телевизионного мага будущего», некоего гениального импровизатора, способного монтировать на ходу, почти не прибегая к художественному посредничеству<sup>88</sup>. Также и советский роман 1930-х стремился преодолеть разрыв между миром какой он «есть» и каким «должен быть», плавно переходя от реалистического к эпическому (эту черту советской литературы Катерина Кларк назвала «модальной раздвоенностью»<sup>89</sup>).

Однако во влиятельной концепции Саппака речь идет о другом: «новое зрение» камеры нужно не только для того, чтобы, как на Западе, способствовать искренности, разоблачая коррупцию и ложь, но и для того, чтобы напрямую, как можно меньше полагаясь на технические средства, показать революционное преобразование повседневной жизни и отдельных людей. Документальное телевидение, которое описывал Саппак, также предоставляло гораздо меньше возможностей для искусных приемов, чем фильмы или романы, и потому было весьма уязвимым для вторжения неидеального. Для Саппака, писавшего о Молодежном фестивале, рентгеновское зрение телевидения и его способность прерывать зрительскую рутину были неразрывно связаны с прямым эфиром и с повседневностью как объектом камеры. Однако, стремясь сделать праздничное телевидение частью регулярной сетки вещания, работники Центрального телевидения столкнулись с рядом проблем, сделавших невозможным саппаковское соединение живости, отсутствия сценария и повседневности. И вскоре они научились их разграничивать.

---

<sup>86</sup> Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы // Саппак В., Шитова В. Семь лет в театре; Телевидение и мы: четыре беседы. М.: Искусство, 1968. С. 185.

<sup>87</sup> Вартапов А. Проблема взаимоотношения документа и образа в советской телевизионной теории // В зеркале критики: из истории изучения художественных возможностей массовой коммуникации. М., 1985. С. 69.

<sup>88</sup> Нея Зоркая писала, что эта цитата из Эйзенштейна могла бы послужить эпиграфом к «первому этапу развития телетеории» (Зоркая Н. Формирование концепций телевизионной многосерийности // В зеркале критики. С. 91).

<sup>89</sup> Clark K. The Soviet Novel: History as Ritual. Chicago: University of Chicago Press, 1981. P. 36–41 [Кларк К. Советский роман: история как ритуал. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2002. С. 39].

## КОРОТКАЯ ЖИЗНЬ ВВВ И ДЛИННАЯ ЖИЗНЬ ТЕЛЕВИЗИОННОГО «МАССОВОГО ДЕЙСТВА»

Первым и самым известным поводом для усвоения этого урока стала программа, выходявшая в эфир с мая 1957 года – в рамках подготовки к фестивалю. Это была развлекательная телеигра под названием «Вечер веселых вопросов», которое обычно сокращали до аббревиатуры ВВВ. История ВВВ и особенно ее закрытия в сентябре 1957 года – это еще одна веха в многочисленных мемуарах о раннем телевидении и в исторических исследованиях, посвященных тому периоду<sup>90</sup>. В своем пересказе я хотела бы подчеркнуть важность этой телеигры как (пользуясь выражением Кристин Рот-Эй) «опыта обучения», а не поражения<sup>91</sup>. По словам Рот-Эй, драматичное закрытие телеигры ознаменовало собой конец самого амбициозного и оптимистичного видения телевизионной тематики – представления, будто неприукрашенные, естественные, обычные люди и повседневная действительность, появившись на экране, могут передать революционную трансформацию советской жизни. Однако это было не только концом, но и началом. Задуманный как «массовое действо» по образцу ранних послереволюционных массовых праздников, ВВВ стал моделью для гибких телевизионных форматов, содержание которых могло варьироваться в зависимости от меняющихся политических обстоятельств, но рамки которых неизменно оставляли место для экспериментов и взаимодействия со зрителями Центрального телевидения.

ВВВ представлял собой викторину, основанную, согласно некоторым мемуарам, на чрезвычайно популярной чехословацкой телеигре. Передача снималась перед большой аудиторией в студии и сочетала в себе легкие юмористические вопросы с музыкальными и другими выступлениями. В соответствии с акцентом Московского фестиваля на самовыражении молодежи ВВВ также продвигал музыкантов и других исполнителей – любителей, а не профессионалов<sup>92</sup>. Самой же яркой особенностью передачи было то, что она не только шла в прямом эфире, как и все советское телевидение того времени, но и не имела по большей части сценария; к тому же в ней не было специального набора участников, выделенного из общей публики<sup>93</sup>. Гости из числа собравшихся в телестудии зрителей вызывались на сцену случайным образом – например, путем выбора номеров мест из лотерейного барабана, – чтобы пообщаться с ведущими, ответить на легкие, забавные вопросы и получить скромные юмористические призы<sup>94</sup>. Порой вопросы и веселые задания касались моральных тем – это было частью первой попытки использовать телевидение для пропаганды «вежливости, этики и других вопросов морали», как выразился один внутренний рецензент телеигры в 1957 году<sup>95</sup>. Рецензент высоко оценил эпизод со сценкой, в которой юноша в трамвае сидел, а молодая женщина стояла: зрители указали участникам на неправильность такого поведения<sup>96</sup>. Большинство других заданий были и того

---

<sup>90</sup> Подробности об этом скандале см. в: *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 246–253. См. также рассказ А. Юровского в: *Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н.* Золотые годы отечественного телевидения. См. также: *Гальперина Е.* Исповедь редактора // Шаболовка 53: страницы истории телевидения / Под ред. А. Розова. М.: Искусство, 1988. С. 206; *Борецкий Р.* Интервью для проекта Гостелерадиофонда по устной истории (без даты).

<sup>91</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 253.

<sup>92</sup> Стенограмма летучки работников Центральной Студии телевидения (14 июня 1957 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 13.

<sup>93</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 355–356.

<sup>94</sup> *Ibid.*

<sup>95</sup> Стенограмма летучки работников Центральной Студии телевидения (14 июня 1957 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 13.

<sup>96</sup> Там же.

проще; как отмечали создатели телеигры, главной целью было сделать ее «веселой и развлекательной»<sup>97</sup>.

Принцип прямого участия аудитории распространялся и на телезрителей: игра включала в себя конкурсы, поучаствовать в которых мог любой желающий прямо из дома. Это, конечно, был процесс непредсказуемый и трудно контролируемый. 29 сентября 1957 года ВВВ был закрыт – после того как слишком легкий зрительский конкурс привел к появлению возле студии неуправляемой толпы из почти семисот плохо одетых москвичей – некоторые были пьяны, один принес с собой живую курицу, – они хлынули в театр, заполнили сцену и сорвали занавес<sup>98</sup>.

Между тем ВВВ, подобно и передачам о Фестивале молодежи и студентов, и викторинам в Соединенных Штатах, отнюдь не был совсем уж произвольным срезом реальной жизни<sup>99</sup>. Точно так же как и трансляции с фестиваля, это была «импровизация» вроде той, что бывает в театре или музыке. В этом виде импровизации моменты непредсказуемого и спонтанного творчества – появление на экране реальных людей в не подготовленных сценарием ролях – включались в строго установленные рамки (парада, телеигры), не подлежащие нарушению. В отличие от визуальных экспериментов авангардного кино, трансгрессия не играла здесь большой роли, по крайней мере с точки зрения продюсеров игры<sup>100</sup>. Драматическое зрелище последнего выпуска, пусть и встреченное с энтузиазмом как звонившими в тот день на станцию, так и Саппаком, смотревшим игру дома, было именно тем кошмарным сценарием, осуществления которого кое-кто из создателей игры опасался вот уже несколько месяцев. Фактически эту проблему поднял один из работников телевидения на июньском совещании, когда выступил с предупреждением, оказавшимся почти пророческим: «Самая большая катастрофа может заключаться в том, что какой-нибудь мерзавец прорвется к микрофону и тогда мы с вами не откупимся ничем»<sup>101</sup>.

После его закрытия ВВВ вспоминался и прославлялся в мемуарах и других текстах его участников двумя противоположными способами. С одной стороны, передача стала легендарным предупреждением о пределах ничем не ограниченной спонтанности на Центральном телевидении. Как вспоминал А. А. Алексеев, «ВВВ остался в памяти нашей колоссальным восклицательным знаком, наскальной надписью, выбитой в горах Памира: „Путник, будь осторожен! Ты – как на реснице слеза“»<sup>102</sup>. Но еще важнее, что ВВВ описывался как ключевой прецедент для других программ, как пример нового, праздничного телевизионного жанра – телевизионного массового действия.

Слово «действие» использовалось в первые годы после революции 1917-го для описания новой формы праздничного представления, в котором соединялись драма, миф и ритуал<sup>103</sup>.

<sup>97</sup> Там же.

<sup>98</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 248–250.

<sup>99</sup> Конкурсы для широкой телеаудитории тщательно готовились заранее, но проводились так, чтобы выглядеть спонтанными. Так, в случае с конкурсом для зрителей, в котором участвовали дети с инициалами В. В. В., продюсеры сперва убедились, что такие дети существуют, и договорились с их родителями за неделю до начала конкурса (КВН? КВН... КВН! / Под ред. Е. Гальпериной, М. Гюльбекяна, Б. Сергеевой. М.: Ком. по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР. Науч.-метод. отд., 1966. С. 10). Работники телевидения рассматривали вопрос о том, не нужно ли подбирать зрителей, способных отвечать на вопросы викторины так, как подобает советской молодежи, – это позволило бы избегать неловких ситуаций, когда недостаточно грамотные члены аудитории не справлялись с простыми вопросами (Стенограмма летучки работников Центральной Студии телевидения (14 июня 1957 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 17).

<sup>100</sup> Там же.

<sup>101</sup> Там же. Многие зрители были с этим не согласны: они писали, что за столь увлекательное, спонтанное зрелище финального эфира создателей игры нужно наградить (Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 250).

<sup>102</sup> КВН? КВН... КВН! С. 11. Даже те, кто был принят на работу уже после снятия программы с эфира, помнят, как начальство предостерегало их такими словами: «Мало вам ВВВ?» и «Вы что, ВВВ хотите?» (Гальперина Е. Исповедь редактора. С. 206).

<sup>103</sup> Von Geldern J. Bolshevik Festivals, 1917–1920. Berkeley: University of California Press, 1993. P. 134–136. Об использовании

Для работников Центрального телевидения, стремившихся вписать себя и свой новый и сравнительно низкостатусный вид медиа в центр советской культуры, это слово имело ряд преимуществ<sup>104</sup>. Раннесоветские эксперименты в области любительского театра и массовых праздников предложили создателям ВВВ в конце 1950-х годов полезную модель для прославления социального единства в период большого политического конфликта и психологических потрясений<sup>105</sup>. Предпринятая в раннесоветских массовых фестивалях попытка разрушить барьер между зрителями и сценой также приобрела новое значение в контексте десталинизации и хрущевского призыва заново включить советских людей в общественную жизнь<sup>106</sup>. Одной из главных задач ВВВ было вовлечение (еще одно слово, заимствованное из театрального авангарда) телезрителей. И действительно, больше всего ВВВ напоминал спланированное массовое действие, предложенное конструктивистом Алексеем Ганом для Первомайского празднования 1920 года. Массовое действие Гана должно было проходить в неограниченных бытовых пространствах, в которых действие не было бы «хореографически поставлено и срежиссировано, а спонтанно исходило бы» от масс<sup>107</sup>. В отличие от самой известной массовой театральной постановки того периода – реконструкции штурма Зимнего дворца, осуществленной Николаем Евреиновым в ноябре 1920 года, в массовом действе Гана подчеркивалось лишенное сценария, спонтанное действие в физическом пространстве, слишком обширном для одного зрителя<sup>108</sup>. Вспоминая в мемуарах о своей роли в создании ВВВ и его преемника – знаменитой и гораздо более продолжительной телеигры под названием КВН, Сергей Муратов сделал прямую отсылку к конструктивизму и Гану, назвав себя «конструктором игры»<sup>109</sup>.

Конечно, между массовой акцией Гана и «действием» ВВВ было много важных и показательных различий, включая тот факт, что действие ВВВ проходило в помещении, на сцене, с руководящим участием профессионального персонала. Кроме того, авторы ВВВ предложили такой вариант массового действия, который был основан не на исторической реконструкции, а на игре, что делало смысл итогового зрелища еще более зависимым от поведения участников<sup>110</sup>. В традициях рабочего любительского театра ВВВ представлял собой зрелище, важнейший смысл которого состоял в опыте участия<sup>111</sup>. Сколь бы дурашливым и развлекательным ни был ВВВ, его политический смысл проистекал не из каких-то конкретных посланий (или их отсутствия), а из опыта объединения и непосредственного участия, который он давал зрителям.

Как утверждает Рот-Эй, драматичный конец ВВВ ясно показал, что с точки зрения ЦК требовались более прямые политические послания<sup>112</sup>. Наконец, после четырехлетнего перерыва, когда Центральное телевидение вообще не выпускало новых игр, появилась передача под названием КВН («Клуб веселых и находчивых»), которую ее авторы тоже называли телевизионным действием. В отличие от ВВВ, в КВН не было «неуютной домашности, вторжения лич-

---

этого слова в любительском театре см.: *Mally L. Revolutionary Acts: Amateur Theater and the Soviet State, 1917–1938*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2000. P. 49–50.

<sup>104</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 197–198.

<sup>105</sup> *Von Geldern J. Bolshevik Festivals*. P. 4–5.

<sup>106</sup> Об этом возвращении см.: *Zubok V. Zhivago's Children*. P. 122–123.

<sup>107</sup> *Romberg K. Aleksei Gan's Constructivism, 1917–1928*. Ph. D. diss., Columbia University, 2010. P. 53.

<sup>108</sup> *Ibid.* P. 64–65.

<sup>109</sup> Цит. по: *Гальперина Е. КВН – как это делалось* // Виртуальный музей радио и телевидения ([www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob\\_no=8725](http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=8725)).

<sup>110</sup> Стенограмма летучки работников Центральной Студии телевидения (14 июня 1957 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 63.

<sup>111</sup> О советском любительском театре см.: *Mally L. Revolutionary Acts; Costanzo S. Reclaiming the Stage: Amateur Theater-Studio Audiences in the Late Soviet Era* // *Slavic Review*. 1998. Vol. 57. № 2. P. 398–424.

<sup>112</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 251–253.

ных вещей и проблем»; состав его участников, поначалу ограниченный юношами – студентами престижных вузов, был «как следует отобран и как следует подготовлен»<sup>113</sup>.

Включение политически значимых героев не означало, впрочем, что телепередачам, созданным по образцу массовых праздников, положен конец. Действительно, мемуарные и другие ретроспективные источники, описывающие ВВВ и КВН как массовые действия, помогли сохранить идеалы телевизионного праздника, отделив эти идеалы от конкретной тематики. Подчеркивая способность телевидения вовлекать зрителей в новую, телевизионную форму действия, сотрудники Центрального телевидения сосредоточили свое внимание на формальных и технических аспектах телевизионного праздника, как они его понимали, включая приглашение зрителей стать непосредственными и спонтанными участниками этого нового вида действия, «организованного телевидением», действия как «частички жизни, которая рождается сию минуту, на глазах у зрителя»<sup>114</sup>. Этот акцент на форме и на взаимодействии зрителя и экрана (а не камеры и объекта) позволил отделить празднично-телевизионные ритуалы от какого бы то ни было конкретного содержания (включая «повседневную жизнь»), а в конечном счете – к началу 1970-х годов – и от самого прямого эфира.

---

<sup>113</sup> Ibid. P. 255.

<sup>114</sup> КВН? КВН... КВН! С. 11.

## ОБРАЗЦОВЫЙ ЧЕЛОВЕК НА ЭКРАНЕ

Телевизионный фестиваль был не единственным стержнем раннего телевизионного энтузиазма, возникшего в 1950-х годах на Центральном телевидении. Но, как показывает замена простых представителей общественности интеллигентными юношами-кавээнщиками, идея о том, что телевизионная камера может раскрыть внутренние качества советских людей, также открывала путь к той преобразующей силе, которую стремились приписать себе и своему виду медиа работники Центрального телевидения. Эти программы могли реализовать потенциал телевидения как формы искусства, фокусируясь не на уличных сценах или праздничных толпах, а на отдельных людях и показывая трансформацию конкретных людей, а не всей советской повседневной жизни. Так формировалась удобным образом ограниченная сцена, на которой можно было продемонстрировать превосходство советского общества. Важнее всего было то, что эти программы могли быть сделаны в студии и не требовали специального передвижного оборудования, но при этом тоже могли претендовать на то, чтобы в полной мере использовать уникальную природу телевидения, одновременно его живость и «камерность», включенность в домашнее и личное пространство телезрителя.

Впрочем, сразу возникли вопросы и противоречия. Какие люди составляют идеальный объект съемки и насколько прост процесс раскрытия их внутренних состояний и мыслей? Происходит ли это автоматически, через (почти отсутствующее) посредничество камеры, или это требует тщательного обучения? Ответы были взаимосвязаны. По мнению многих сотрудников Центрального телевидения и критиков, для того, чтобы выдержать пристальное внимание камеры, лучше всего подходили представители интеллигенции – уже полностью сформировавшиеся «личности».

В конце 1950-х годов сотрудники Центрального телевидения и комментаторы из числа художественной интеллигенции стали описывать два отчасти противоречащих друг другу представления о роли работника телевидения на экране: как гостя в чужом доме и как героя эфира. Первую роль воплощали дикторы Центрального телевидения (сплошь женщины вплоть до осени 1957 года, когда к ним присоединился Игорь Кириллов), отвечавшие за все – от чтения новостных сообщений до объявлений о начале и завершении программ<sup>115</sup>. Как и в случае с их коллегами в Европе, пристальное внимание уделялось их нарядам и прическам<sup>116</sup>. Они были известны зрителям по интимным уменьшительно-ласкательным формам имен, обычно используемым среди самых близких друзей и членов семьи: Валентина Леонтьева была Валечкой, Нина Кондратова – Ниночкой<sup>117</sup>.

Для многих наблюдателей, включая кинорежиссера Михаила Ромма, популярность дикторов-женщин выявила одно из главных качеств телевидения: интимный модус восприятия. Размещение телевизора дома, его просмотр в одиночестве или в узком кругу семьи и друзей – все это означало, что работники телевидения должны были адаптировать свои манеры и формы обращения к этой вечерней обстановке, в которой они общались со зрителями как с

---

<sup>115</sup> Приход Кириллова в сентябре 1957 г., как раз вовремя, чтобы прочесть информацию о запуске советского искусственного спутника Земли, скорее всего, не был случайным (см.: *Кириллов И.* Глазами диктора // Шаболовка 53. С. 134–141).

<sup>116</sup> Обзор о первых дикторах на европейском телевидении см. в: *de Leeuw S., Mustata D.* In-Vision Continuity Announcers: Performing an Identity for Early Television in Europe // *View: Journal of European Television History and Culture*. 2013. Vol. 2. № 4. P. 51–67. О французских дикторах см. в: *Mahé P.* La télévision autrefois. P.: Édition Hoëbeke, 2006. P. 18–21.

<sup>117</sup> *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time. P. 240–243. Как отмечает Рот-Эй, те же интимные формы обращения отличали почту теледикторов – от почты, которую получали кинозвезды и дикторы на радио. Интимные, прямые формы обращения были характерны для теледикторов по всей Европе; см.: *de Leeuw S., Mustata D.* In-Vision Continuity Announcers. Об искренности, подлинности и массовой культуре в России см.: *Fishzon A.* The Operatics of Everyday Life, or, How Authenticity Was Defined in Late Imperial Russia // *Slavic Review*. 2011. Vol. 70. № 4. P. 795–818.

отдельными людьми, а не с массой<sup>118</sup>. Поэтому многие ранние комментарии о природе выступлений на телевидении, как и современные им дискуссии о радио, были сосредоточены не на визуальном аспекте, а на том, какого языка требуют интимная обстановка телевидения и прямые эфиры<sup>119</sup>. Как и их коллеги с радио, телевизионщики и телекритики конца 1950-х годов реагировали на широко распространенную критику искусственности языка, которая стала звучать после войны и усилилась после речи Хрущева на XX съезде Компартии в 1956 году<sup>120</sup>. Искусственная, высокопарная речь, официальные фразы – все это совершенно не годилось для телевидения. Телевидение должно было быть «гостем» в доме – эта же формула широко использовалась и для описания вещательных СМИ в США и других странах<sup>121</sup>. Как писал В. Ардаматский в «Литературной газете» в 1960 году, тот факт, что «телезрители сидят перед экранами в домашней, интимной обстановке», означает, что «авторы, постановщики и исполнители любой телевизионной передачи должны остро ощущать неуместность выпрепленного разговора со зрителями. Они должны упорно отбрасывать мусор тертых слов, искать то единственное, точное по мысли и интонации, без которого они не могли бы обойтись в прямом, душевном разговоре с близким человеком»<sup>122</sup>.

Для телевизионщиков и критиков, захваченных этими течениями, визуальная природа телевидения также играла особую роль в разоблачении фальши и установлении сильных эмоциональных связей между человеком на экране и находящимся у себя дома зрителем. В очередной раз красноречивее других сформулировал эту мысль Владимир Саппак в знаменитом воспевании Валентины Леонтьевой<sup>123</sup>. В ее стиле поведения на экране Саппак увидел импровизацию, подобную той, что была на Молодежном фестивале, но перенесенную в личность одного, образцового советского человека. Она «действует „от себя“... перед нами не строго репетированное, выверенное по хронометру действие, а живой, рождающийся на наших глазах процесс»<sup>124</sup>. Таким образом, ставки на успех или неудачу подобного телевизионного выступления, сколь бы естественным ни было оно для Леонтьевой, были весьма высоки. Саппак утверждал, что телевидение «требует подлинности и не терпит фальши» и что такую подлинность нельзя создать искусственно, например путем долгих репетиций<sup>125</sup>.

Эта риторика, знакомая и по раннему американскому телевизионному энтузиазму, была весьма рискованной в обществе, которое еще совсем недавно, в годы, предшествовавшие смерти Сталина, стало свидетелем возвращения публичного «разоблачения» врагов<sup>126</sup>. В одной из своих статей 1961 года Саппак, стараясь избежать широко использовавшегося в прессе времен террора слова «обличение», заменяет его эквивалентом иностранного происхождения – «демаскировать»<sup>127</sup>. Неловкость этой замены была неслучайной; вера в то, что телевидение

<sup>118</sup> Ромм М. Поглядим на дорогу // Искусство кино. 1959. № 11. С. 127–128.

<sup>119</sup> О продолжительных поисках подходящей формы ораторской речи на советском радио см.: Lovell S. Broadcasting Bolshevism: The Radio Voice of Soviet Culture, 1920s–1950s // Journal of Contemporary History. 2012. Vol. 48. № 1. P. 78–97.

<sup>120</sup> Генис А., Вайль П. 60-е: мир советского человека. 2-е изд. М.: Новое литературное обозрение, 1998. С. 68–71.

<sup>121</sup> *Baughman J. Same Time, Same Station: Creating American Television. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2007. P. 4.* Один из множества примеров определения телевидения как «гостя» в чужом доме см. в: *Андрюшков И. Рассказ на экране // Литературная газета. 1959. 7 мая.* О диалектической взаимосвязи между гендером и вторжением вещания в интимное, женское пространство дома см.: *Lacey K. Feminine Frequencies: Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923–1945. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996. P. 10–11.*

<sup>122</sup> Ардаматский В. Творческий поиск – прежде всего // Литературная газета. 1960. 9 апр. С. 5.

<sup>123</sup> Саппак В. Телевидение, 1960. С. 179.

<sup>124</sup> Саппак В. Телевидение, 1960. С. 179.

<sup>125</sup> Саппак В. Телевидение и мы [1963]. С. 61.

<sup>126</sup> *Kharkhordin O. The Collective and the Individual in Russia: A Study of Practices. Berkeley: University of California Press, 1999. P. 181.* См. также: *Fitzpatrick S. Tear Off the Masks! Identity and Imposture in Twentieth-Century Russia. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2004.*

<sup>127</sup> Саппак В. Телевидение и мы [1963]. С. 117. Подробнее об амбициях художников и особенно журналистов в годы оттепели см.: *Zubok V. Zhivago's Children. P. 140–149; см. также: Wolfe T. Governing Soviet Journalism.*

может «разоблачать» ложь, до опасного тесно связывала его с разоблачением мнимых политических врагов при Сталине, что было все еще свежим и травматичным воспоминанием и источником социального конфликта после XX съезда партии. Советские телевизионщики быстро нашли решение: рентгеновское зрение телевидения будет осмысливаться и подаваться в исключительно позитивных терминах – как способ предоставить зрителям доступ ко внутреннему миру образцовых людей. Задача состояла в том, чтобы найти подходящие объекты для внимания камеры, такие, которые могли бы выдержать ее пристальный и придирчивый взгляд.

## ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ НА ЭКРАНЕ

Высокие политические ставки, связанные со взглядом телекамеры в начале 1960-х годов, быстро привели к сокращению ролей, которые играли женщины-дикторы Центрального телевидения в воображении телекритиков и в конечном счете в эфире<sup>128</sup>. Леонтьева и еще одна-две женщины-дикторы, ведущие важных и популярных программ, которым позволялось говорить как бы спонтанно, а не читать в открытую заранее утвержденный текст, были скорее исключениями, подтверждающими правило. Уж слишком важна была та интимная связь со зрителями, которую сделало возможным телевидение: нужен был не просто гость в доме, а герой эфира, образцовая личность, которая могла бы использовать эту связь для того, чтобы преобразовать зрителей по своему образу и подобию.

Для многих телекритиков самыми подходящими для этой новой роли людьми были их собственные друзья и сверстники – представители московской художественной интеллигенции<sup>129</sup>. «Как... нужны, незаменимы на телевидении, – писал Саппак в 1960 году, – такие люди, как Корней Иванович Чуковский, как Иракий Андроников, как Эренбург, Юткевич, Образцов, Алпатов, Шкловский – те, которым не только есть что сказать, но и которые умеют (это особый дар) непринужденно, свободно говорить, нет, – *мыслить* перед объективом».

По мнению Саппака, эти люди были персонажами эпоса, в котором «внутренняя самость характеров находится в полной гармонии с внешней самостью и социальной ролью»<sup>130</sup>. Здесь, как и при описании Фестиваля молодежи и студентов, Саппак, по-видимому, воображал, что при наличии подходящих объектов эффект телевизионной технологии и впрямь может напоминать действие увеличительного стекла – нечто такое, что происходит просто благодаря линзе, автоматически, без необходимости ремесла или мастерства со стороны работников телевидения.

Телевизионщики же, сами увлеченные интеллектуальными знаменитостями тех лет и ориентировавшиеся на аудиторию, пока еще состоявшую в основном из образованных москвичей, создавали многочисленные программы, где в качестве ведущих и гостей выступали выдающиеся интеллектуалы и артисты. Они охватывали практически все сферы художественной и культурной жизни: от телевизионного журнала «Искусство» (1954), «Кинопанорамы» (1962) и периодических эфиров из Дома актера в конце 1950-х – начале 1960-х годов, которые с 1964 года стали называться «Театральными встречами», и до многочисленных программ, в которых писатели читали свои произведения.

Правда, вскоре стало ясно, что ограничиваться интеллектуалами на экране работники телевидения не могут: в январе 1960 года вышло Постановление ЦК КПСС «О дальнейшем развитии советского телевидения», в котором первыми среди тех, кого должно показывать телевидение, были названы «передовые люди промышленности и сельского хозяйства» – рабочие и крестьяне<sup>131</sup>. Также и для Саппака, как показывает пример Леонтьевой, категория людей, наиболее подходящих для телевидения, не ограничивалась представителями художественной интеллигенции. В статье 1961 года он предложил свой список людей, идеально подходящих для телевизионного «микроскопа правды», включающий в себя более обычных коммунистических героев: «...очень нужны сейчас такие люди-примеры, как кристальной души комму-

---

<sup>128</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 267–268.

<sup>129</sup> О дебатах по поводу личности интеллигента на телевидении см.: Huxtable S. The Problem of Personality... P. 119–130.

<sup>130</sup> Clark K. The Soviet Novel. P. 38 [Кларк К. Советский роман: история как ритуал. С. 41].

<sup>131</sup> КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Изд-во полит. лит., 1987. С. 542.

нист Юлиус Фучик, как строгая девочка Анна Франк, как французский врач Ален Бомбар... как совершивший „подвиг века“... Юрий Гагарин»<sup>132</sup>.

Однако сотрудники телевидения и обозреватели из числа интеллигенции, обсуждавшие и развивавшие идеи Саппака в начале 1960-х, быстро заметили, что лишь немногие из них и уж точно не большинство рабочих и крестьян способны были передать свой «внекадровый» героизм в неестественных условиях телеинтервью<sup>133</sup>. Ираклий Андроников описал эту проблему в пространной статье, опубликованной в «Литературной газете» в 1961 году<sup>134</sup>. «...для того, чтобы говорить перед аудиторией, – писал он, – нужно обладать очень важным качеством – умением *публично мыслить*. Это сложно, потому что перед большой или перед новой аудиторией выступающий часто волнуется...» Ставки были высоки, поскольку телевидение, по мнению Андроникова, обладало огромным потенциалом в плане улучшения коммуникации. Если оратор сможет преодолеть нервозность, утверждал Андроников, его искренние и свободные жесты и мимика смогут расширить «емкость звучащего слова», выявляя «все новые и новые смысловые резервы», сделать речь «необычайно доступной, наглядной, выразительной, эмоциональной»<sup>135</sup>. Андроников, частый гость и на радио, и на телевидении, полагал, что телевидение сделало вслед за радио еще один шаг к совершенной коммуникации; его способность не только передавать импровизацию и интонацию живой речи, но и делать видимыми жесты и мимику, была реализацией идеи Маяковского о полной передаче поэтического замысла, что продемонстрировал своим чтением в эфире сам поэт-автор.

Кто же, если не интеллигенция, мог соответствовать этим высоким стандартам успешного выступления на экране? Еще не испытывая серьезного давления, связанного с заменой героев из интеллигенции на героев из рабочего класса, – оно возникнет к концу 1960-х, – сотрудники Центрального телевидения выдвинули в качестве кандидатов самих себя: телевизионные дикторы должны были или превратиться в профессиональных журналистов, или уступить им место.

---

<sup>132</sup> Саппак В. Телевидение и мы [1963]. С. 46.

<sup>133</sup> Не помогало делу и то, что двое из тех, кого Саппак назвал идеальными телевизионными личностями, Франк и Фучик, уже умерли.

<sup>134</sup> Андроников впервые появился на телевидении в 1954 г., но репутацию телегеничного рассказчика и ученого он приобрел после участия в телефильме 1959 г. «Загадка Н. Ф. И.» (Юровский А. Телевидение – поиски и решения. Очерки истории и теории советской тележурналистики. М.: Искусство, 1983. С. 128).

<sup>135</sup> Андроников И. Слово написанное и сказанное // Литературная газета. 1961. 18 апр. С. 3.

## ЖУРНАЛИСТЫ НА ЭКРАНЕ

Советские журналисты, как и их американские коллеги, спешили найти себе на телевидении новые и заметные роли. Для многих из них рентгеновское зрение телевидения стало призывом к профессионализации. В конце 1950-х годов стремление телевизионщиков говорить спонтанно, своими словами, было связано с прямыми внестудийными трансляциями, при которых потребность в технических знаниях и торжество живой непосредственности могли оправдать выбор журналиста (а не ученого или, скажем, партийного чиновника) на роль интерпретатора советской жизни. Хотя внестудийные эфиры начались с прямых трансляций футбольных матчей в 1949 году (ил. 1) и среди них уже было несколько включений с заводов и взлетных полос аэропортов, дебютом крупномасштабного внестудийного вещания стал для Центрального телевидения все тот же Всемирный фестиваль молодежи и студентов, проводившийся в Москве в конце июля – начале августа 1957 года.



Ил. 1. Телевизионная трансляция с футбольного матча на стадионе «Динамо» (М. Озерский. 1955) – ГБУ «ЦГА Москвы», № 0-17464

Для того чтобы создать иллюзию спонтанности на экране, команда телевизионщиков, осуществлявшая прямую трансляцию с фестиваля, прошла тщательную подготовку по импровизационному выступлению на камеру<sup>136</sup>. Но когда экстремальные условия фестиваля быстро привели к сбою в графике трансляции, предусматривавшем тщательно выверенное время выхода в эфир из разных точек города, результатом стали подлинная спонтанность и живость репортажей. Когда молодой телерепортер Юрий Фокин наблюдал со своей точки вещания за фестивальной парадом, на него посыпались обломки крыши, обрушившейся под тяжестью людей, которые забрались наверх посмотреть на улицы. С окровавленным лбом, в испорченной одежде, он поймал попутный милицейский мотоцикл, добрался до стадиона «Лужники» и, приведя себя в порядок и получив от врачей щедрую порцию стимулирующих препаратов,

<sup>136</sup> См. воспоминания Леонида Золотаревского в: Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения.

все же смог целых три часа вести прямой эфир, причем в одиночку, поскольку его коллеги не могли пробиться через окружавшую стадион толпу<sup>137</sup>. Этот опыт организации трансляций с Московского фестиваля резко контрастировал с тем, как немногим ранее, весной того же 1957 года, Центральное телевидение участвовало в кампании по продвижению хрущевской реорганизации советского правительства в совнархозы (вместо министерств). Новые телевизионные камеры поддерживали кампанию показом демонстраций за вносимые изменения, во время которого дикторы зачитывали спущенные сверху тексты. Точно так же незадолго до открытия фестиваля телевидение вместе с остальными советскими СМИ осуждало за противодействие этим и другим хрущевским реформам некую «антипартийную группу», что для телевизионщиков означало многократное чтение в эфире текста постановления Пленума, и эта роль приносила им гораздо меньше профессионального удовлетворения по сравнению с риском гибели под рушащимися зданиями и героическим продолжением прямого эфира<sup>138</sup>.

Рост амбиций работников телевидения в тот период отражал схожую ситуацию на Западе. В США и Западной Европе 1950-х годов журналисты появлялись на экране во все более активных ролях, которые быстро делали их знаменитыми. Геополитика холодной войны требовала от журналистов чего-то большего, чем простое изложение фактов; радио- и тележурналисты переквалифицировались в интеллектуалов, экспертов, способных придать событиям смысл и помочь зрителям сориентироваться в меняющемся политическом ландшафте<sup>139</sup>. В 1958 году у советских журналистов появился свой профсоюз – Союз журналистов, профессиональная организация, подобная тем, что были созданы при Сталине для писателей, художников, артистов театра и кино<sup>140</sup>.

То, как советские журналисты во время хрущевской оттепели формулировали свою роль и свои амбиции, было предметом особого внимания, – особенно в том, что касалось не зарубежной, а внутренней жизни. Для освещавших Московский фестиваль тележурналистов было важно не столько *что* они говорили, сколько *как* они это говорили – как их эмоции и переживания перед камерой передавали «энтузиазм» фестиваля, перенося его события и смысл в их экранные персоны. Именно это перемещение акта интерпретации, источника смысла в личность журналиста и позволило тележурналистам претендовать на новые яркие роли. По их же словам, опираясь на свои личные качества и эмоции, они могли передать смысл событий, даже куда менее захватывающих, трансгрессивных и визуально привлекательных, чем Всемирный фестиваль.

Однако обретение советскими тележурналистами более заметных ролей в эфире не последовало за Фестивалем молодежи мгновенно. Напротив, эти изменения происходили постепенно, наряду с соответствующими изменениями на радио и в печатной журналистике. Отчасти они были обусловлены и знакомством с европейским телевидением, где ведущие программ и комментаторы играли на экране более заметную роль, чем их советские коллеги в

<sup>137</sup> Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения. Не столь однозначное впечатление о том, как на самом деле проходили эти передачи, дает следующий отчет по итогам Молодежного фестиваля; в частности, в нем упоминается, что некоторые тележурналисты по-прежнему использовали ходульные, шаблонные формулировки: Отчет и информация Московских организаций по VI Всемирному фестивалю молодежи и студентов в г. Москве // ОХДОПИМ. Ф. 4. Оп. 104. Д. 30. Л. 181.

<sup>138</sup> Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения. Молодежный фестиваль также попал в промежуток между двумя вмешательствами Хрущева в художественную жизнь столицы: его обращением к Союзу писателей Москвы 13 мая и статьей «За тесную связь литературы и искусства с жизнью народа», опубликованной 28 августа. Оба выступления были направлены на то, чтобы обуздать неортодоксальные эксперименты в искусстве и литературе; работники телевидения, многие из которых симпатизировали художникам и писателям и общались с ними, иногда подвергались наказаниям за освещение спорных выставок, в том числе после передачи, освещавшей «Выставку молодых художников» 1962 г. См.: ОХДОПИМ. Ф. 2930. Оп. 1. Д. 147. Л. 181.

<sup>139</sup> Doherty T. Cold War, Cool Medium: Television, McCarthyism, and American Culture. N. Y.: Columbia University Press, 2003. P. 85.

<sup>140</sup> Wolfe T. Governing Soviet Journalism. P. 39.

конце 1950-х годов. Хотя советские телевизионщики всегда имели некоторое представление о телевидении в Восточной и Западной Европе и США (благодаря доступу к иностранным публикациям и особенно рассказам выезжавших за рубеж коллег и друзей), первое серьезное и непосредственное знакомство состоялось в 1958 году, когда первая командированная за рубеж группа телевизионщиков отправилась на Всемирную выставку в Брюссель. Эта группа, состоявшая из операторов, редакторов, режиссеров и дикторов, должна была создать и запустить рабочую телевизионную студию в советском павильоне выставки<sup>141</sup>.

Именно роль журналистов в европейских «разговорных» программах больше всего поразила редактора Центрального телевидения Лидию Глуховскую. Во время подготовки и самой выставки советские телевизионщики могли наблюдать за работой своих западных коллег. «Ошеломляло, – писала Глуховская, – и непривычное разнообразие амплуа комментаторов. Знакомство с множеством европейских телекомментаторов было для всех нас наглядным уроком на будущее. Их мастерству, технике владения своим ремеслом стоило поучиться, тем более что на ЦСТ в 1958 году еще не было ни одного штатного комментатора!»<sup>142</sup>

Европейские комментаторы поразили советскую группу способностью создавать тщательно продуманные, «драматургически выстроенные» программы, используя при этом, казалось бы, всего лишь интервью со случайно выбранными людьми на улице и, конечно, ведя прямой эфир. В ходе выставки советские телевизионщики получили представление о методах, которые применяли европейцы; так, для одной передачи они тщательно подготовили портреты отдельных коллег, работающих в различных национальных павильонах, а затем перемежали их незапланированными мини-интервью с прохожими, чтобы создать ощущение абсолютной непреднамеренности<sup>143</sup>. Это «ощущение» спонтанности, скрупулезно спланированное и заранее вызванное, как раз и было целью советских тележурналистов, которые стремились реализовать свое видение телевизионного энтузиазма с помощью профессионального мастерства, а не одаренности или проницательности.

В мемуарах Глуховской говорится и о том, как мастерство европейских телерепортерских команд указало советским телевизионщикам второй путь к более высокому статусу в эфире, не связанный с переносом действия новостного сюжета на личность самого журналиста. Наблюдая за европейскими журналистами в Брюсселе, Глуховская увидела работу журналиста не как образцовой личности, а как режиссера, художника, который сам активно создает смыслы, рисуя портреты других людей. В этом случае искусство телекомментатора включало в себя несколько разнообразных навыков. Глуховская восхищалась тщательным планированием и подготовкой европейских комментаторов, а также их умелым, творческим выбором конкретных людей или примеров из своей обширной подборки. Лучшие комментаторы, включая французского репортера (и эмигранта российского происхождения) Леона Зитрона, были также искусными собеседниками и слушателями, задающими правильный вопрос и раскрывающими своего героя<sup>144</sup>. Как вспоминает Глуховская, Зитрон слушал «сосредоточенно, но без всякого подобострастия, как бы впитывая каждое слово собеседника и одновременно поощряя и ободряя его взглядом»<sup>145</sup>. В этой роли телекомментатор мог быть на экране и даже занимать видное, престижное место, но при этом он (или она) находился там ради того, чтобы способствовать знакомству зрителя с другим человеком, который и был истинным героем программы.

---

<sup>141</sup> Дикторы прошли тест на знание иностранных языков, поскольку им предстояло вести передачи на французском или английском. Светлана Жильцова, постоянный диктор Центрального телевидения, получила одно из мест в команде, но ей отказали в разрешении на выезд из страны, и в последний момент ее заменили стюардессой. См.: *Глуховская Л.* Брюссель, ЭКСПО-58 // *Шаболовка* 53. С. 160.

<sup>142</sup> Там же. С. 161.

<sup>143</sup> Там же.

<sup>144</sup> Общению советской команды с Цитроном способствовал тот факт, что он был русскоязычным эмигрантом.

<sup>145</sup> *Глуховская Л.* Брюссель, ЭКСПО-58. С. 162.

Этот вариант роли телекомментатора, в котором происходил поиск баланса между чувством профессиональной гордости и подчинением объекту интервью как подлинному фокусу телевизионного «микроскопа правды», имел, как оказалось, большое будущее. По мере же роста охвата и престижа телевидения возрастали интерес и озабоченность и со стороны высшего руководства Коммунистической партии; как и у творческой интеллигенции и самих телевизионщиков, у партийных лидеров были свои представления о том, каких людей должно пропагандировать телевидение.

## В ДЕЛО ВСТУПАЕТ ПАРТИЯ: ПОСТАНОВЛЕНИЕ ЦК О ТЕЛЕВИДЕНИИ (1960)

Первое публичное вмешательство партийного руководства в дискуссию о природе и назначении телевидения произошло лишь в январе 1960 года: тогда Центральный комитет опубликовал свое первое прямое заявление о будущем телевидения – постановление «О дальнейшем развитии советского телевидения»<sup>146</sup>. Как заметила Кристин Рот-Эй, это было на удивление запоздалое вмешательство, учитывая уже значительные к тому времени инвестиции государства в новую технологию массовой коммуникации<sup>147</sup>. Согласно самому постановлению, в 1960 году в Советском Союзе насчитывалось более четырех миллионов телевизоров, а сеть из семидесяти телецентров и ретрансляционных вышек охватывала территорию с населением в семьдесят миллионов человек<sup>148</sup>. В свете столь серьезного отношения к телевидению в постановлении были изложены ожидания Центрального комитета в отношении не только Центрального телевидения, но и местных телестудий, несговорчивых местных партийных чиновников, а также советских организаций, которые все еще не могли (или отказывались) взаимодействовать с новыми медиа.

Одновременно это постановление о телевидении свидетельствует о том, что ЦК в январе 1960 года в удивительно большой мере разделял изложенные телекритиками в прессе и реализованные телевизионщиками на практике базовые принципы, касающиеся *формы* телевидения. Комитет расходился с ними в вопросе о том, что и кого должно показывать, а не о том как. По наблюдению Рот-Эй, авторы того постановления от 1960 года (а затем еще одного, от 1962 года) предписывали регулярно показывать по телевидению выступления партийных чиновников, призывали больше беседовать с «передовыми людьми промышленности и сельского хозяйства, министрами и их заместителями, руководителями партийных, советских и общественных организаций, совнархозов» – в дополнение к уже существующим передачам о «главных редакторах газет и журналов, деятелях науки, литературы, искусства»<sup>149</sup>. Еще одним мотивирующим фактором для публикации этого постановления была расширявшаяся к 1960 году аудитория советского телевидения. «Телевидение открывает новые большие возможности, – гласил документ, – для повседневного политического, культурного и эстетического воспитания населения, в том числе и тех его слоев, которые менее всего охвачены массово-политической работой»<sup>150</sup>. Под последними подразумевались прежде всего рабочие, колхозники и зрители из отдаленных районов, где партийные агитаторы были малочисленны и плохо обучены; сюда также включались домохозяйки, пожилые люди и инвалиды, поскольку большая часть советской агитации и пропаганды была организована на рабочих местах. Таким образом, постановление ЦК от января 1960 года предвосхищало направление будущего давления сверху, которое в 1970-х сфокусируется на том, чтобы сделать менее образованного массового зрителя самой важной для советского телевидения воображаемой аудиторией.

Изменение содержания телепрограмм должно, однако, сопровождаться улучшением их формы, призывы к чему звучали очень знакомо по публикациям энтузиастов в «Литературной газете» и других изданиях. Должно было быть больше внестудийных репортажей, причем из сельской местности и из регионов за пределами Москвы. Хотя в документе и не совсем точно использовалось слово «импровизация», но в нем отмечалось, что телевизионные беседы

---

<sup>146</sup> Текст постановления см. в: КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. С. 539–545.

<sup>147</sup> Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 287–288.

<sup>148</sup> КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. С. 540.

<sup>149</sup> Там же. С. 542.

<sup>150</sup> КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. С. 540.

часто не были (но в принципе должны были быть) «задушевными» и «непринужденными». Эти ключевые слова оттепели часто фигурировали в качестве идеала в статьях о телевидении в «Литературной газете» и в работах Саппака<sup>151</sup>. Наконец, авторы документа критиковали телевизионщиков за «дублирование» кино и театра и за то, что те «не сосредоточивают внимание на создании разнообразных свойственных телевидению видов и форм художественных программ»<sup>152</sup>. По сути, постановление партии от 1960 года во многом утверждало формальную программу энтузиастов. Когда местные партийные чиновники отказывались выступать на телевидении или были в этом настолько неуспешны, что их переставали приглашать, в дело вступали сотрудники телевидения со своими предложениями о необходимых качествах телевизионных персонажей и о том, как лучше всего передать эти качества телевизионными средствами<sup>153</sup>.

Восторженное восприятие собственной роли на экране, в которой телевизионщики играют в образцовых людей и вкрадчиво представляются гостями и друзьями каждой советской семьи, было запечатлено в 1961 году в Таллине – на первом заседании ставшего затем ежегодным семинара по репортажу (также известного по замечательной аббревиатуре «сем-поре»). Взяв на себя роль представителей главной советской телестудии, сотрудники Центрального телевидения, среди которых были Леонтьева и Юрий Фокин, выступили перед телевизионными режиссерами, журналистами и редакторами студий со всего Советского Союза. Если еще в 1958 году на советском Центральном телевидении не было комментаторов – вспомним, как Глуховская и ее коллеги удивлялись разносторонности и мастерству европейских телекомментаторов, с которыми они познакомились в Брюсселе, – то уже к 1961 году Фокин мог выступать как знаменитый телекомментатор и авторитет в этой профессии.

То, что для Саппака происходило почти автоматически, для Фокина было результатом напряженной работы. Аудитории, состоящей из работников местной студии, он давал подробные инструкции, как вести себя на экране, чтобы максимально вовлечь зрителей. По словам Фокина, первый ключевой шаг к завоеванию доверия и внимания телезрителя – говорить честно и достоверно и взять интимный тон, подходящий для гостиной.

Ведь в своем облике, в своей манере, своей работе с людьми, разговоре с другими людьми в студии надо быть не только, как Валентина Михайловна [Леонтьева] сказала, очень непосредственным человеком, но и очень обаятельным, близким. Если у вас появится контакт с людьми, [если] вы сможете с размышлением разговаривать, найти точный прицел, точный контакт, то появится невидимая ось между хрусталиком вашим и вашего невидимого собеседника, и тогда дело у вас очень здорово пойдет. ...если вы в своей манере не будете дидактичны, не будете... говорить штампованными фразами, тогда вам поверят...<sup>154</sup>

Правдивость и искренность были четко связаны с целями партии; чтобы быть не просто «репортером, который рассказывает только о событиях», а комментатором, «который осмысливает события», честность телевизионного работника должна была распространяться на его политическую ориентацию. «Комментатор отражает и несет всю партийность, всю линию и

---

<sup>151</sup> Там же.

<sup>152</sup> Там же. С. 541.

<sup>153</sup> О нежелании партийных чиновников взаимодействовать с телевидением см.: *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 194–195. О дебатах по поводу личности на оттепельном телевидении см.: *Huxtable S. The Problem of Personality...*

<sup>154</sup> Стенограммы заседания секции телерепортажа всесоюзного творческого совещания по вопросам репортажа в радиовещании и телевидении (1–2 марта 1961 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 712. Л. 15–16.

задачи, стоящие перед нашей партией, – говорил Фокин собравшейся аудитории. – Это он держит в голове всю страстность советского публициста»<sup>155</sup>.

Фокин сообщил слушателям, что в отличие от Валентины Леонтьевой он не пользуется методом Станиславского, поскольку не обучен актерскому мастерству. Между тем идея об искренней вере в произносимое была важной частью теории актерского мастерства Станиславского. В книге «Моя жизнь в искусстве» он писал о необходимости того, чтобы актер верил в то, что делает на сцене: «Актер прежде всего должен верить всему, что происходит вокруг, и главным образом тому, что он сам делает. Верить же можно только правде». Перед лицом искусственности всего, что происходит на сцене, и реквизита, и яркого света истина должна находиться внутри актера: «...я говорю... о правде моих чувств и ощущений... – писал Станиславский. – ...мне важна правда во мне самом, – правда моего отношения к тому или иному явлению на сцене...»<sup>156</sup> И словно по заветам Станиславского Фокин перенес смысл советских событий и повседневной жизни в партийно ориентированную субъективность самих журналистов.

К 1961 году энтузиасты телевидения могли уже греться в лучах славы больших достижений. Да и в советской истории в целом это был год эйфории: весной Юрий Гагарин полетел в космос, а осенью, на XXII съезде партии, Хрущев объявил, что нынешнее поколение доживет до коммунизма. Центральное телевидение также явно набирало обороты. В 1960-м началось строительство огромного телецентра «Останкино». В 1959-м в ежедневных выпусках «Правды» стали печатать программу передач Центрального телевидения – предвосхищая то время, когда почти каждый, кто мог получить экземпляр «Правды», мог также смотреть вещающее из Москвы Центральное телевидение<sup>157</sup>.

Возросшие к 1961 году мощь и престиж Центрального телевидения были хорошо видны и в освещении праздничного события, по ряду признаков напоминавшего Молодежный фестиваль: речь идет о прямой трансляции возвращения Юрия Гагарина в Москву 12 апреля. Объятые эйфорией толпы, молодое, телегеничное лицо Гагарина, – это был еще один из тех особых моментов, когда официальный сценарий советской истории стал явью, а поведение всякого человека могло быть одновременно и соответствующим сценарию, и спонтанным, партийным и искренним<sup>158</sup>. Вновь телекамеры при помощи более чем десятка передвижных станций следовали за праздничным шествием, которое, будто армия завоевателей, прокладывало себе путь по улицам Москвы. Не ограничиваясь уже многолюдными улицами, группа репортеров Центрального телевидения поднялась на предоставленном военными вертолете в воздух<sup>159</sup>. И вновь международные границы разрушились, поскольку весь мир собрался в Москве, на этот раз виртуально<sup>160</sup>. Телевизионные камеры, транслировавшие изображение не только на советские экраны, но и на Восточную и даже Западную Европу и за ее пределы (посредством недавно

---

<sup>155</sup> Там же. Л. 28–29.

<sup>156</sup> *Stanislavsky K. S. My Life in Art / Transl. by J. J. Robbins. 2nd ed. N. Y.: Meridian, 1957. P. 465 [Станиславский К. Моя жизнь в искусстве. М.: Вагриус, 2007. С. 329–330].*

<sup>157</sup> События и даты // Виртуальный музей радио и телевидения ([www.tvmuseum.ru/search.asp?cat\\_ob\\_no=17&ob\\_no=17&a=1&pg=13](http://www.tvmuseum.ru/search.asp?cat_ob_no=17&ob_no=17&a=1&pg=13)).

<sup>158</sup> Другой рассказ об этой передаче и о харизме Гагарина см. в: *Jenks A. The Cosmonaut Who Couldn't Stop Smiling: The Life and Legend of Yuri Gagarin. DeKalb: Northern Illinois University Press, 2012. P. 160–161.* Эдуард Сагалаев, который пришел на Центральное телевидение в 1975 г., вспоминает, что даже пятнадцать лет спустя самыми престижными темами для тележурналистов были такие, как освещение советских космических исследований: в подобных сюжетах репортеры могли сообщать о советских достижениях и при этом говорить правду (интервью с автором, февр. 2007 г.).

<sup>159</sup> *Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения.*

<sup>160</sup> В значительной степени это было частью риторики мероприятия; см.: *Саттак В. Телевидение и мы [1968]. С. 167.* Но это было и настоящее транснациональное медиасобытие; см.: *Lundgren L. Live from Moscow.*

созданной системы «Интервидение»), следили за Гагариным – от прибытия в аэропорт Внуково до выхода на Красную площадь<sup>161</sup>.

И вновь Саппак был среди зрителей, смотревших трансляцию у себя дома. Для него приезд Гагарина, как и Всемирный фестиваль в Москве 1957 года, был «прозрением в будущее». Телевидение позволяло ухватить этого человека и «прорваться в нем к чему-то внутреннему, доверительному, интимному, минуя и патетику радиодикторов, и многолюдство пресс-конференций, и аршинные портреты на первой полосе газет»<sup>162</sup>. Как представлял себе Саппак, телевидение идеально улавливало статус Гагарина как «человека-образца» и доносило его до зрителей. В отличие от Молодежного фестиваля, где было непонятно, кто герои: многонациональная толпа? сами телевизионные репортеры? – здесь в центре внимания было продвижение одного завоевателя, в чьем триумфальном въезде в Москву воспроизводилось его недавнее покорение Вселенной.

События, подобные возвращению Гагарина из космоса, по определению не могли происходить каждый день, и большинство людей, появлявшихся на телевидении, совсем не были похожи на Гагарина. Сотрудникам Центрального телевидения пришлось отказаться от идеи Саппака, что обычные люди и уличная жизнь могут быть столь же впечатляющими (если они вообще в это верили). Однако, столкнувшись с трудностями послеоттепельных десятилетий, работники Центрального телевидения обнаружили, что они уже наметили основы более скромной и гибкой телевизионной эстетики – такой, которая могла бы приспособиться к новому давлению, угождая культурным авторитетам в руководстве Гостелерадио и в ЦК. В самом деле: признав, что жизнь не обязательно становится похожей на искусство и что телевизионный объект сам по себе не покажет революционного преобразования людей и жизни без существенной помощи журналистов, режиссеров, операторов, сотрудники телевидения способствовали рождению своей профессии. Если для того, чтобы привлечь зрителей и сделать будущее видимым в настоящем, нужны были специальные праздничные программы, а не просто камеры на улицах – работники телевидения могли их создать. Если для раскрытия выдающихся качеств образцовых советских людей требовалась специальная подготовка – работники телевидения могли обзавестись необходимыми навыками. Таким образом, упадок оптимизма стал толчком к освоению ремесла и экспериментам.

Телевизионная эстетика, основанная на создании телевизионных церемоний (в частности, эстрадных и игровых программ) и проникновенных телевизионных портретов, оказалась весьма полезной для позднего советского государства. Между императивами оттепели и конца 1960-х – 1970-х годов имела существенная преемственность: даже когда оптимизм оттепели пошел на убыль, государство все еще искало способы драматизации и укрепления социального единства, активного вовлечения зрителей и продвижения героев, которые могли бы транслировать новые структуры чувств, соответствующие советскому настоящему. Государство брежневской эпохи по-прежнему нуждалось в инновационной культуре, не в последнюю очередь из-за отказа от широкомасштабного принуждения и экономических реформ как способов мобилизации населения и повышения экономической производительности. Документирование трансформации советской жизни и раскрытие революционного смысла, который в ней можно было найти, требовали все большего вмешательства – соответственно, все более необходимым становилось Центральное телевидение. В 1970–1980-х годах телевизионщики все еще могли претендовать на объединение журналистики и искусства путем «эстетического наполнения смыслом» объектов съемки, утверждая теперь, что предварительно снятые репортажи и телефильмы способны выполнять те же художественные функции, что и прямой эфир<sup>163</sup>. В

---

<sup>161</sup> Кузнецов Г. В., Месяцев Н. Н. Золотые годы отечественного телевидения.

<sup>162</sup> Саппак В. Телевидение и мы [1968]. С. 168.

<sup>163</sup> Вартаков А. Проблема взаимоотношения документа и образа в советской телевизионной теории // В зеркале критики.

1982 году, вторя Саппаку, Фокину, а через них – Маяковскому, Вертову и Станиславскому, молоденькая диктор Татьяна Веденева говорила журналу «Телевидение и радиовещание»: «Экран – большое увеличительное стекло. Видно все, даже чего порой в жизни не замечаешь. Если сам не веришь в то, о чем говоришь, зритель тебе никогда не поверит»<sup>164</sup>. Таким образом, несмотря на все препятствия, с которыми им приходилось сталкиваться, работники Центрального телевидения могли на протяжении трех десятилетий представлять себя участниками все того же экспериментального проекта.

---

С. 77–80.

<sup>164</sup> *Крымова Е.* Прежде всего, искренность // Телевидение и радиовещание. 1982. № 4. С. 13.

## Глава 2

# ПРОГРАММНАЯ ПОЛИТИКА ИЗУЧЕНИЕ АУДИТОРИИ И СОЗДАНИЕ ЭФИРНОЙ СЕТКИ ПЕРВОГО КАНАЛА

Формулирование эстетической и политической роли телевидения было не единственной фундаментальной задачей Центрального телевидения в первое десятилетие после Московского фестиваля 1957 года: необходимо еще было обсудить отношения между этим новым, экспериментальным средством коммуникации и его аудиторией<sup>165</sup>. И здесь влиятельные труды Саппака оказались гораздо менее полезными. Отношение Саппака к реальным зрителям основывалось на чрезмерном оптимизме: в эпоху «Спутника-1», Гагарина и «коммунизма при нашей жизни» все еще можно было предполагать, как это и делал Саппак, что все зрители естественным образом разделят его эйфорический опыт при просмотре телевизора, независимо от того, что и когда по нему показывают<sup>166</sup>.

Однако к 1964–1965 годам, когда более трезвые брежневские администраторы сменили на Центральном телевидении хрущевских, эта оптимистичная беззаботность по поводу реальной телеаудитории перестала быть приемлемой. Еще в 1950-х – начале 1960-х годов озабоченность советских работников радиовещания влиянием иностранных голосов на советскую аудиторию заставляла их искать новые, более увлекательные форматы<sup>167</sup>. По мере того как телевидение начало охватывать массовую аудиторию, аналогичное давление испытывали и телевизионщики: они должны были позаботиться о том, чтобы новый вид медиа действительно стал альтернативой прослушиванию зарубежных радиостанций. Дебаты о том, как представить себе аудиторию Центрального телевидения и как с ней взаимодействовать, подогревались продолжающимся строительством Останкинского телецентра и ожиданием, что с его открытием и запуском спутников связи «Молния» появится всесоюзный вещательный канал – Первый канал Центрального телевидения, который к 1967 году охватит все одиннадцать советских часовых поясов<sup>168</sup>.

Создание новой, всесоюзной сетки вещания Первого канала было важной технической, символической и политической задачей и требовало четкого понимания отношений Центрального телевидения с его аудиторией. Тележурналист и ученый Рудольф Борецкий в книге «Телевизионная программа: очерк теории пропаганды» (1967) писал: «... взаимоотношения экрана и аудитории – первооснова строительства программы»<sup>169</sup>. В то время как газета обусловлена пространством и транслирует свои сообщения специально, телевидение ограничено часами,

---

<sup>165</sup> Как утверждает Сабина Михель, история аудитории СМИ должна быть также историей идей – представлений об аудитории, поскольку именно представления телепродюсеров о своих зрителях определяют телевизионное производство самым непосредственным образом (*Mihelj S. Audience History as a History of Ideas. P. 25*).

<sup>166</sup> К середине 1980-х гг. этот момент стал важным критическим замечанием к работе Саппака. Так, в 1985 г. проницательный советский критик заметил, что тезис о «новом видении» в саппаковском описании телевидения основан «на эстетической и социальной активности видения» самого Саппака (*Богомолов Ю. Судьба концепции прямого ТВ // В зеркале критики. С. 118*). В Соединенных Штатах такая же участь постигла прогноз Пэта Уивера, согласно которому большинство зрителей уже являются или вот-вот станут интеллектуалами (*Baughman J. Same Time, Same Station. P. 106*).

<sup>167</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 131–145; Lovell S. Russia in the Microphone Age: A History of Soviet Radio, 1919–1970. Oxford: Oxford University Press, 2015. P. 155–158*. Как замечает Рот-Эй, выражение озабоченности по поводу конкуренции со стороны зарубежного радио было для журналистов полезной позицией, позволяющей им обосновать необходимость в больших ресурсах и гибкости в своей работе.

<sup>168</sup> *Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 187*.

<sup>169</sup> *Борецкий Р. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. М.: Ком. по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР, ред.-изд. отдел, 1967. С. 143*.

когда зрители могут его смотреть, и должно передавать свои сообщения во времени<sup>170</sup>. Таким образом, любое решение о том, что и когда включать в сетку вещания Первого канала, зависело от ряда других решений, касающихся отношений между производителями и потребителями культуры, того, какие группы зрителей важнее всего охватить и как лучше это сделать. Показательно, что круг проблем и вопросов, связанных с телевизионным расписанием, был назван на Центральном телевидении «программной политикой»; этот термин вызывает ассоциацию с «программой» в гораздо более широком смысле политической повестки или платформы.

Фундаментальными вопросами о том, кому и как должно служить советское телевидение, сотрудники Центрального телевидения задавались начиная с середины 1960-х годов<sup>171</sup>. Реформы Либермана – Косыгина, повысившие ответственность советских кинематографа и прессы перед аудиторией, переведя эти институты на самофинансирование (при котором продажа билетов или подписки стала важным источником дохода), на телевидение и радио не распространялись<sup>172</sup>. Тем не менее во второй половине 1960-х годов Центральное телевидение все же было затронуто подымавшейся волной социологических исследований аудитории СМИ<sup>173</sup>. Оно приняло в них активное участие, широко применяя традиционные способы изучения аудитории, такие как анализ писем зрителей, и внедряя новые, такие как социологический опрос.

Участие Центрального телевидения в исследованиях аудитории, а также попытка переосмыслить «программную политику» в условиях упадка оптимизма в период холодной войны привели к новому консенсусу относительно цели телевещания в советской системе, который нашел отражение в новом телевизионном расписании, разработанном в 1968–1970 годах. В этом расписании прямые политические и пропагандистские послания, казавшиеся зрителям и многим телевизионщикам скучными, невовлекающими, были выведены на периферию, а часы наиболее активного просмотра – по вечерам и в выходные дни – заполнились популярными развлечениями и новостями, призванными привлечь как можно большую аудиторию и если и влиять на нее, то лишь косвенно. Хотя сугубо пропагандистские программы с Центрального телевидения и не исчезли, к началу 1970-х годов они все больше маргинализировались и выводились за пределы востребованных временных интервалов. Этот подход к сетке вещания Первого канала, выработанный в конце 1960-х, сохранялся на протяжении всей брежневской эпохи.

---

<sup>170</sup> Борецкий Р. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. С. 141–142.

<sup>171</sup> О зарождении ориентированной на аудиторию сетки вещания на Би-би-си в 1930-х гг. см.: Scannell P. *Radio, Television, and Modern Life: A Phenomenological Approach*. Oxford: Blackwell, 1996. P. 9–10.

<sup>172</sup> О влиянии косыгинских реформ на кинематограф см.: First J. *From Spectator to «Differentiated» Consumer*. О газетах см.: Huxtable S. *In Search of the Soviet Reader*.

<sup>173</sup> First J. *From Spectator to «Differentiated» Consumer*. P. 332. Подробнее о «золотом веке» советской социологии, включая социологию СМИ, см.: Shlapentokh V. *The Politics of Sociology in the Soviet Union*. Boulder, CO: Westview, 1987; Грушин Б. А. *Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Жизнь 2-ая: эпоха Брежнева*. М.: Прогресс-Традиция, 2001.

## ВООБРАЖАЯ СОВЕТСКОГО ТЕЛЕЗРИТЕЛЯ

Пересмотр Центральным телевидением отношений со своими зрителями в середине 1960-х годов был лишь одним из этапов долгих обсуждений в среде советских журналистов и других участников медиаиндустрии о надлежащих отношениях между этими медиа и их аудиториями в революционном социалистическом государстве. Проблема эта не была исключительно советской: в измерении реакции аудитории нуждается любое государство и вообще любая организация, желающая привлечь, убедить или каким-то иным образом повлиять на группу людей. Но в государстве без свободной политической сцены и рыночной экономики это порождало специфические проблемы. Советская культурная продукция всегда должна была создаваться «в интересах» советского народа, но сами эти интересы могли определяться по-разному: как просвещение, как мобилизация или же как обеспечение потребительских удовольствий<sup>174</sup>. Сбыт культурной продукции осложнялся еще и тем, что, подобно фильмам, книгам и радио, телепередачи были роскошью, а не необходимостью<sup>175</sup>. В большинстве случаев их потребление было исключительно добровольным, в отличие, скажем, от посещения политических лекций, организованных по месту учебы или работы<sup>176</sup>.

В 1920–1930-х годах советские производители культуры выработали несколько подходов к тому, как учитывать запросы аудитории в свете исключительной роли партии как культурного «авангарда». Один из ответов состоял в том, чтобы считать, будто все хотят смотреть, читать и слушать то же, что хочет смотреть, читать и слушать государство. А если нет, значит, плохой вкус исключает этих людей из числа полноправной аудитории. В ответ на опасения, что такой подход обрекает культурную продукцию на прозябание на полках магазинов, производители культуры заявляли, что реальная аудитория может быть преобразована в идеальную. Как показал Брайан Кассоф, в 1920-х годах книгоиздатели предполагали, что в отсутствие конкуренции со стороны менее качественных альтернатив правильные книги могут сами создать себе рынок, изменив вкусы публики и сформировав идеальную аудиторию там, где ее раньше не было<sup>177</sup>. Третий ответ состоял в признании того, что СМИ должны привлекать аудиторию для просвещения или мобилизации, используя развлекательный контент в качестве инструмента. Для этого, конечно, нужно было установить, какая музыка и какие формы повествования пользуются популярностью. Здесь можно было бы задействовать деятелей культуры, которые сами принадлежали к целевым группам<sup>178</sup>. Или это можно выяснить, встречаясь с целевой аудиторией, читая ее письма в государственные учреждения или проводя минимальные маркетинговые исследования<sup>179</sup>. Наконец, четвертым решением было сделать угождение и развлечение большой аудитории самоцелью, пусть даже это и означало бы отодвинуть на задний план любые просветительские или мобилизующие послания. В принципе, для выбора этого послед-

<sup>174</sup> О переходе от просвещения в период НЭПа к мобилизации во время «великого перелома» см.: *Lenoe M. Closer to the Masses: Stalinist Culture, Social Revolution, and Soviet Newspapers*. Cambridge: Harvard University Press, 2004. P. 11–45. О потребительских ценностях в советской культуре сталинской и послесталинской эпох см.: *Gronow J. Caviar with Champagne; Reid S. Cold War in the Kitchen*. P. 211; *Chernyshova N. Soviet Consumer Culture Under Brezhnev*. L.: Routledge, 2013.

<sup>175</sup> Здесь я обязана емким и остроумным наблюдениям Брайана Кассофа о советском культурном производстве, потреблении и рынках из его замечательной неопубликованной статьи о советском книжном рынке «Два тела рынка», представленной на Восточноевропейском коллоквиуме в Институте истории Восточной Европы и региональных исследований Тюбингенского университета (Тюбинген, Германия, июнь 2005 г.).

<sup>176</sup> О взаимоотношениях между телевидением и традиционной агитацией см.: *Roth-Ey K. Moscow Prime Time*. P. 192–194. Об опыте позднесоветской агитации см.: *Yurchak A. Everything Was Forever... P. 93–102 [Юрчак А. Это было навсегда... С. 192–212]*.

<sup>177</sup> *Kassof B. The Market's Two Bodies*. P. 4.

<sup>178</sup> *Lenoe M. Closer to the Masses*.

<sup>179</sup> Население также могло привлекаться в качестве соавторов; см.: *Lahusen T. How Life Writes the Book: Socialist Realism and Real Socialism in Stalin's Russia*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1997.

него подхода имелось немало причин, включая оправдание претензий государства на представление интересов обычных людей, конкуренцию с иностранной культурной продукцией и ощущение, что приятное времяпрепровождение должно быть естественной частью жизни добродетельного советского гражданина.

В начале 1960-х годов каждый из перечисленных ответов на проблему вкусов аудитории все еще мог быть выбран сотрудниками Центрального телевидения. В то время жалобы зрителей на скучную программу и отсутствие качественных развлечений на телевидении часто отвергались – путем простого исключения выражавших недовольство зрителей из легитимной аудитории советского телевидения. На заседании партийного комитета Центрального телевидения в январе 1962 года И. Г. Кацев, заместитель главного редактора редакции кинопрограмм, сказал так:

Есть письма и письма... Непонятно, зачем вообще приводить здесь письма явно нетребовательных зрителей. Разве у нас нет писем с просьбой показать слабые в идейном и художественном отношении вещи? Что же, мы будем зачитывать их как характерное мнение зрителей? Какая цель в этом?<sup>180</sup>

Этот комментарий демонстрировал полное отсутствие интереса к тому, была ли реакция «нетребовательной» аудитории *на самом деле* типичной для сколько-нибудь значительной группы, а то и вовсе для большинства зрителей. Дело в том, что признание этого факта не способствовало бы достижению стоявших перед советским телевидением целей, какими видел их Кацев в 1962 году.

Представление, согласно которому мнение некоторых зрителей можно проигнорировать или отвергнуть, лежало в основе подхода Центрального телевидения к исследованию аудитории до середины 1960-х годов. С первых лет его существования сотрудники Центрального телевидения узнавали о реакции зрителя на их программы неформальными методами. Так, об огромной популярности викторины ВВВ в 1957 году они узнавали из разговоров, подслушанных в общественном транспорте, или же из ответов прохожих, опрошенных ими на улице прямо возле студии<sup>181</sup>. В 1950-х – начале 1960-х годов советские телевизионщики разработали и более активные методы изучения аудитории, которые, однако, опирались на определенные модели, заменявшие собой всю советскую аудиторию – не как репрезентативная выборка, а как идеальная версия зрительского сообщества.

Одним из методов, который служил и для демонстрации интереса Центрального телевидения ко мнению зрителей, и для сбора отзывов от более широкой аудитории, была организация специальных встреч сразу нескольких продюсеров Центрального телевидения с группой телезрителей, собранной на заводе или в каком-нибудь другом учреждении. К началу 1960-х такие встречи работников радио и телевидения со слушателями и зрителями проводились уже более десяти лет; их организацией занимался специальный отдел Гостелерадио – Научно-методический отдел (НМО). Основанный без лишнего шума летом 1944 года как научно-методический кабинет, в котором работал всего один человек, этот отдел постепенно расширял сферу своей деятельности, выполняя поставленную в 1944 году задачу: «разработка методических вопросов центрального и местного радиовещания, обобщение и распространение опыта работы редакции радиовещания и изучение практики зарубежного радиовещания». В 1954 году научно-методический кабинет получил статус отдела, а в 1957 году – новым указом о его

---

<sup>180</sup> Выступления коммунистов на объединенном партийном собрании Гл. ред. Цент. телев. Госкомитета по радио и телев. при СМ СССР (25 янв. 1962 г.) // ОХДОПИМ. Ф. 2930. Оп. 1. Д. 31. Л. 5.

<sup>181</sup> Как сказал один из сотрудников телевидения, которому было поручено подготовить отчет о сильных и слабых сторонах ВВВ летом 1957 г.: «Положительно всюду – в трамвае, в метро, на предприятиях, в квартирах говорят о ВВВ» (Стенограмма летучки работников Центральной Студии телевидения (14 июня 1957 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 13).

организационной миссии – в круг его задач впервые была включена разработка «методов изучения эффективности радио- и телепрограмм»<sup>182</sup>.

В 1959 году в рамках хрущевской кампании по привлечению населения к работе государственных учреждений этот аспект работы научно-методического отдела стал еще более определенным. Функция НМО состояла в «организации и проведении совместно с редакциями центрального вещания и студии Центрального телевидения творческих совещаний для обсуждения передач постановок, а также деловых встреч с радиослушателями и зрителями для ознакомления их с деятельностью и планами редакции Всесоюзного радио и студии Центрального телевидения». На самом деле такие встречи с аудиторией проводились с 1948 года – с целью сбора отзывов, а также информирования зрителей об изменениях и новых программах<sup>183</sup>. Встречи со зрителями могли также служить площадкой для расширения опросов общественного мнения; эта практика, пусть в очень небольших масштабах, возникла на Центральной студии телевидения еще в 1945 году<sup>184</sup>. Их ограниченный масштаб, а также ощущение, что эти встречи были предназначены в основном для того, чтобы помочь зрителям узнать о Центральном телевидении, а не Центральному телевидению – о зрителях, были типичны для исследований аудитории эпохи оттепели<sup>185</sup>.

Несколько более широкий срез зрительской обратной связи сотрудникам Центрального телевидения позволило получить изучение писем телезрителей. Как и другие советские учреждения, Центральное телевидение с первых лет существования получало и учитывало письма телезрителей, включая и те письма, которые направлялись в газеты или партийные организации, а не напрямую на Центральное телевидение<sup>186</sup>. Однако в конце 1950-х годов с ростом аудитории Центрального телевидения и усилением партийного контроля за его содержанием и реагированием на запросы зрителей отношение Центрального телевидения к этим письмам стало меняться. В 1957 году на Центральной студии телевидения появилась собственная редакция «писем и массовой работы», отдельная от подразделения, занимавшегося письмами радиослушателей<sup>187</sup>. Новый отдел начал готовить обзоры писем телезрителей, анализируя их количество и распределение между различными редакциями, производящими программы, и составляя обзоры их содержания, включавшие в себя цитаты из отдельных писем и обобщение тем, которым были посвящены сразу несколько писем<sup>188</sup>.

<sup>182</sup> Предисловие // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3.

<sup>183</sup> Предисловие // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3.

<sup>184</sup> Там же.

<sup>185</sup> Одной из коротких и неудачных попыток более регулярно вести такую работу с идеальной аудиторией было создание – тоже в 1959 г. – Общественного совета телезрителей. Состоявший из представителей подмосковных заводов, колхозов, научных институтов и учебных заведений, этот совет, первоначально насчитывавший двадцать семь членов, но вскоре расширенный до восьмидесяти пяти, должен был соединить производителей передач Центрального телевидения с телезрителями – посредством выражения мнений и обеспечения обратной связи, которая отражала бы взгляды последних. См.: Стенограмма заседания общественного совета телезрителей (13 янв. 1959 г.) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 612. Л. 2. К декабрю 1960 г. продюсеры Центрального телевидения уже отгеснили совет на второй план (Там же. Л. 32–33). В архивах администрации Центрального телевидения сохранилось несколько отчетов о последующих заседаниях, в том числе о заседании, состоявшемся в 1962 г.: Протоколы заседаний общественного совета телезрителей при Центральной студии телевидения // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 770.

<sup>186</sup> О советской практике написания писем см.: *Kozlov D. «I Have Not Read, but I Will Say»: Soviet Literary Audiences and Changing Ideas of Social Membership, 1958–66 // Kritika. 2006. Vol. 7. № 3. P. 557–597; Fitzpatrick S. Supplicants and Citizens: Public Letter-Writing in Soviet Russia in the 1930s // Slavic Review. 1996. Vol. 55. № 1. P. 78.*

<sup>187</sup> Предисловие // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 10, «Отделы писем Центрального телевидения, Центрального внутрисоюзного радиовещания и Центрального радиовещания на зарубежные страны». В 1960 г. в рамках общей реорганизации Центрального телевидения, бюро писем было включено в состав Главной дирекции программ, ответственной за распределение эфирного времени между редакциями и за составление расписания.

<sup>188</sup> Об аналогичном использовании писем слушателей на американском радио в его ранний период см.: *Razlogova E. The Listener's Voice: Early Radio and the American Public. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2011.*

Сотрудники, работавшие над конкретными передачами, должны были, по крайней мере теоретически, реагировать на жалобы зрителей, внося изменения или же отвечая письменно отдельным зрителям. К 1960 году отдел писем стал выпускать ежегодный отчет, в котором не только анализировались письма телезрителей за минувший год, но и приводилась статистика о том, на какое количество писем отдельные редакции ответили своевременно (редакции, показавшие себя в этом деле плохо, получали выговор)<sup>189</sup>.

Отдел писем сводил письма телезрителей в таблицы, напомиравшие обработку социологических данных, однако при этом авторы писем были еще одним видом идеальной аудитории, и именно так реагировало на них Центральное телевидение<sup>190</sup>. Например, к зрителям, представлявшимся членами партии и отправлявшим письма о телевидении непосредственно в ЦК, относились с большим вниманием. В архивах ЦК сохранилось несколько таких писем, равно как и подробные расследования и ответы, которые за ними иногда следовали, даже когда содержание их относилось скорее к области параноидального бреда<sup>191</sup>.

Несмотря на желание Центрального телевидения получать из писем телезрителей критические отзывы и комментарии, подавляющее большинство писем представляли собой просьбы сообщить адрес больницы или образцового предприятия, о которых шла речь на экране<sup>192</sup>. Прочсть эти письма можно по-разному: как отражение дефицита информации или же как косвенный протест против сосредоточенности Центрального телевидения на немногочисленных историях успеха, далеких от повседневного опыта большинства граждан. Но кое в чем эти письма, вне зависимости от их содержания, были особенно ценным источником информации: по ним становилось ясно, сколько людей смотрят те или иные передачи. Для того чтобы определить, какие программы и редакции получают больше всего писем, последние тщательно подсчитывались. Отсутствие значительного отклика зрителей в виде писем рассматривалось как серьезная проблема той или другой программы. Для получения писем от зрителей на Центральном телевидении широко использовались заимствованные с радио (и характерные для западного коммерческого вещания) викторины: это позволяло непопулярным программам стать более популярными<sup>193</sup>.

Несмотря на разнообразные способы применения писем телезрителей, найденные отделом писем, в середине 1960-х годов НМО Центрального телевидения начал выражать недовольство тем, что единственным источником информации о телевизионной аудитории были письма и встречи с телезрителями<sup>194</sup>. Они, как говорилось в одном из отчетов НМО в 1965 году, были скорее «посредническими», нежели непосредственными источниками информации о вкусах и привычках аудитории. «Общим недостатком этих средств, – писал автор отчета, –

<sup>189</sup> Отчеты за 1957 и 1959 гг. не сохранились, а отчеты за 1958 г. не полны; годовой отчет за 1960 г. – первый из сохранившихся, включающий статистику ответов на письма: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 10. Д. 24.

<sup>190</sup> Авторы писем принадлежали к Коммунистической партии в гораздо большем процентном соотношении, чем население СССР в целом (*Mickiewicz E. P. Media and the Russian Public. P. 121*). Отчеты, подготовленные редакцией писем, сами по себе были избирательны: они фокусировались в основном на письмах с критическими замечаниями к расписанию и содержанию телепередач, а не на (более многочисленных) письмах с просьбами о предоставлении контактной информации или о помощи в решении личной проблемы и не на ответах на вопросы викторин. Хотя в первой половине 1960-х гг. это было относительной редкостью, иногда они также выделяли комментарии и точку зрения определенных подгрупп зрителей, чьи письма поддерживали точку зрения партийного руководства Центрального телевидения по тому или иному вопросу. См., например: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 10. Д. 44. Л. 2–3.

<sup>191</sup> См., например: РГАНИ. Ф. 5. Оп. 58. Д. 25. Л. 97–98. См. также письмо Центрального телевидения Центральному комитету от 1962 г. в ответ на письма членов партии, переданные Центральным комитетом: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 741. Л. 8–17.

<sup>192</sup> См., например: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 10. Д. 24 и 65. Л. 38.

<sup>193</sup> Эту тактику использовали и советские газеты, пока в 1964 г. не были сняты ограничения на подписку для центральных газет; см.: *Huxtable S. In Search of the Soviet Reader*.

<sup>194</sup> Недовольство не было всеобщим. Как отмечала Э. Мицкевич, многие советские тележурналисты в середине 1980-х гг. считали, что анализ писем телезрителей важнее социологических опросов: *Mickiewicz E. P. Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union. N. Y.: Oxford University Press, 1988. P. 81–82*.

является то, что они частичные, не полные, недостаточно отражающие мнение всей аудитории, которая слушает их или смотрит передачи. По ним работники вещания не могут установить размеры своей аудитории и тем более то, как массовый слушатель или зритель оценивает ту или иную передачу»<sup>195</sup>. Такую информацию можно было собрать с помощью только одного метода, который в середине 1960-х годов лишь начинал завоевывать популярность в других СМИ (и одновременно официальное признание), – социологического опроса<sup>196</sup>.

---

<sup>195</sup> Итоговая справка о результатах социологического исследования популярности радио- и телевизионных программ, проведенного на предприятиях г. Москвы // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 17.

<sup>196</sup> Эта глава посвящена исследованиям аудитории, проведенным непосредственно Центральным телевидением; между тем сотрудники Центрального телевидения также имели доступ к опубликованным результатам исследований аудитории СМИ, проведенных социологами и другими медийными организациями, – весьма обширных, а иногда и более качественных; см.: *Mickiewicz E. P. Media and the Russian Public. P. 1–17; Roth-Ey K. Moscow Prime Time. P. 268–273.*

## ПРОГРАММА ПЕРЕДАЧ КАК ПРОБЛЕМА

Растущая заинтересованность Центрального телевидения в более точной и полной информации о своей аудитории совпала с растущим консенсусом среди руководства и редакций Центрального телевидения о том, что они не могут позволить себе игнорировать реальные предпочтения аудитории, если стремятся убеждать ее. В докладах, призывающих к внедрению научных, социологических методов изучения аудитории, сотрудники Научно-методического отдела утверждали, что сама форма телевидения (и радио), его технические и жанровые особенности требуют компромисса со вкусами зрителей, поскольку последние могут просто-напросто выключать программы, которые им не нравятся. «Благородные цели советского радио и телевидения общеизвестны, – говорилось в одном таком докладе в 1965 году. – Но благие намерения тоже не всегда можно довести до цели, если делать это с недостаточным умением, тактом и мастерством»<sup>197</sup>. В прошлом эта необходимость компромисса не получила должного признания, продолжали авторы доклада.

«Теория навязывания» когда-то была ходовой, умение навязать свою волю считалось лучшим качеством руководителя. Рассуждали примерно так: если человек не понимает, что это делается в его интересах, не надо ждать, когда он дорастет до такого понимания, нужно приблизить его к этому. А потом он сам поймет и нам скажет спасибо. Это крайне примитивное и неверное суждение... Одно движение ручки и телезритель или радиослушатель выходит «из-под влияния» не интересной для него передачи. В этом и состоит особенность радио и телевидения, в отличие от лекции, от кино или театра. Там человек может зевать, но все-таки продолжать оставаться в зале, делая вид, что слушает и понимает. А здесь... он выключит приемник и уйдет... играть в домино<sup>198</sup>.

Другими словами, поскольку радио и телевидение «находятся» дома у слушателя и зрителя, реализация «прогрессивных целей» советского вещания требовала как уступок вкусам аудитории, так и большого мастерства телевизионных сценаристов, режиссеров и редакторов. От них ожидалось «такт и мастерство», чтобы создавать познавательные, но не скучные передачи. Авторы доклада также предложили крайне политизированное, постсталинское прочтение недостатков выпускающихся программ. Не заботящееся о реакции зрителей телевидение не просто не успешно, а еще и основывается на угрожающе неверном понимании сути того, что от него требуется. Вместо того чтобы «навязывать свою волю», говорилось в докладе, Центральное телевидение должно понять, что зритель может легко отказаться от просмотра неинтересной передачи; оно должно работать над тем, чтобы привлекать и убеждать его<sup>199</sup>.

В основе этого нового подхода лежало гораздо более внимательное отношение к расписанию телепрограмм, имевшему центральное значение для привлечения зрителей: какой бы привлекательной ни была передача, она лишена аудитории, если транслируется в часы, когда телевизор почти никто не смотрит. И действительно, анализ писем зрителей, проведенный Центральным телевидением еще в начале 1960-х годов, показал, что они были крайне недо-

---

<sup>197</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 17.

<sup>198</sup> Там же. Л. 18.

<sup>199</sup> Многие работники Центрального телевидения понимали, что это давняя проблема. Так, Борецкий в конце своей «Телевизионной программы» цитировал ленинского наркома просвещения Анатолия Луначарского, который за сорок лет до того писал, что зритель «вовсе не пациент, который хочет микстуру, и не школьник, которого можно посадить за парту» (*Борецкий Р. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. С. 178*).

вольны расписанием. Их многочисленные жалобы на перерывы и неточности в опубликованной программе передач становились предметом обсуждения на совещаниях<sup>200</sup>.

Многие из этих жалоб составляли часть более общей проблемы, уже знакомой по опыту радио. У разных слоев населения были разные потребности и пожелания к расписанию, зачастую несовместимые; система, нацеленная на удовлетворение требований каждого, неизбежно потерпела бы неудачу. В 1957 году на заседании Государственного комитета СССР по телевидению и радиовещанию был рассмотрен один аспект этой проблемы: школьники, обучающиеся во вторую смену (а такая практика была широко распространена в советских школах), делали домашние задания по утрам, в то самое время, когда рабочие первой смены уходили на перерыв<sup>201</sup>. Что хуже: отвлекать школьников от выполнения домашнего задания или лишать рабочих развлекательных передач в их свободное время?

Этой дилемме было посвящено и без того значительное количество писем телезрителей, однако в июне 1963 года Центральное телевидение пошло в этом направлении еще дальше и опубликовало проект программы передач, попросив трудящихся присылать свои отзывы по почте. Пришло более семисот писем с жалобами на все, начиная от временных интервалов любимых программ и заканчивая общим временем эфирного дня. Колхозники хотели, чтобы в посевную вечерние программы начинались позже, учитывая их позднее возвращение с полей; родители хотели, чтобы те, наоборот, заканчивались раньше, поскольку им – в их единственной комнате в коммунальной квартире – приходилось выключать телевизор вместе со светом, когда дети ложились спать.

Некоторые из этих противоречий были попросту неразрешимы; между тем у телевидения хрущевской эпохи были и другие проблемы, рассматривавшиеся руководством Центрального телевидения как препятствия на пути к зрителю. В 1950-х и, по крайней мере, в первой половине 1960-х годов советское телевизионное расписание было весьма нерегулярным и зачастую неточным<sup>202</sup>. Лидия Глуховская, рассказывая о поездке в Брюссель на Всемирную выставку в 1958 году, вспоминала, как с удивлением там узнала, что бельгийское телевидение строго придерживалось расписания, опубликованного в национальной газете и включавшего в себя одни и те же программы каждый день в одно и то же время<sup>203</sup>. Приведенные ниже телепрограммы 1959 года – они как раз начали публиковаться на последней полосе «Правды» – показывают, насколько мало постоянства было в вечерней программе; из-за этого зрителю было сложно понять, когда нужно включить телевизор, если он хотел посмотреть новости, спектакль или фильм.

Понедельник, 13 июля 1959 года

18.00 – Для детей. Концерт пионерского ансамбля песни и танца Минского Дворца пионеров. 18.45 – «Книгу – в массы». 19.15 – Последние известия. 19.30 – Л. Толстой «Власть тьмы». Спектакль Государственного академического Малого театра. По окончании – Последние известия.

Понедельник, 12 октября 1959 года

19.00 – Для школьников. «Клуб интересных встреч». 19.30 – Последние известия. 19.45 – «Миссия мира и дружбы». Телевизионная хроника о

---

<sup>200</sup> См., например: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 31. Д. 3. Л. 63.

<sup>201</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 522. Л. 35.

<sup>202</sup> Зрители жаловались, что из-за неточностей в печатавшейся программе передач они не могли планировать вечерний досуг. См., например, письмо от 1965 г., цитируемое в: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 10. Д. 66. Л. 131, 143.

<sup>203</sup> Расписание Центрального телевидения стало печататься в «Правде» только в 1959 г.; см.: Глуховская Л. Брюссель, ЭКСПО-58. С. 160.

пребывании Н. С. Хрущева в США. 21.15 – «Писатель Леонид Леонов». Телевизионный очерк. По окончании – Последние известия<sup>204</sup>.

У этих программ передач есть некая базовая структура. Вечерний эфир начинался с детской программы; было два очень коротких выпуска новостей по образцу одноименной новостной радиопередачи, одним из которых завершался эфирный день. Первому выпуску «Последних известий» обычно предшествовала сугубо пропагандистская передача, но иногда она следовала за ним, если происходило событие исключительной важности, такое как визит Хрущева в США. Однако эти расписания, даже если и были точны, далеко не всегда были предсказуемы для зрителей. Так, у второго выпуска «Последних известий» не было фиксированного времени: оно зависело от того, когда заканчивалась художественная программа. Последняя, кроме того, имела ярко выраженный высококультурный акцент; «телевизионный очерк» о Леонове был, скорее всего, основан на интервью и кадрах, на которых Леонов читает, – иными словами, был сделан в жанре «говорящая голова».

В 1965 году сетка вещания Первого канала Центрального телевидения была уже намного разнообразнее.

Четверг, 14 января 1965 года

ПЕРВАЯ ПРОГРАММА. 17.00 – Для школьников. «Школа начинающего спортсмена». 17.30 – Для школьников. «Ленин слушает музыку». Телевизионный фильм. 18.00 – Телевизионные новости. 18.10 – К 60-летию первой русской революции. «Знамя партии». Киноочерк. 18.30 – С. Львов «Седьмой ход». Премьера телевизионного спектакля. 20.00 – [программа спортивных новостей] «На стадионах и спортивных площадках». 21.00 – «От мелодии к мелодии». Фильм-концерт Киевской студии телевидения. 21.30 – «Эстафета новостей».

По будням сетка вещания по-прежнему открывалась детской программой, а основной блок, рассчитанный на взрослых зрителей, начинался и завершался выпусками новостей («Телевизионными новостями», как они теперь назывались, чтобы отличаться от «Последних новостей» и «Эстафеты новостей» – длинной информационной программы, которую вел журналист Юрий Фокин). Вводились новые жанры, такие как телеспектакль и телефильм (первый телесериал, снятый на Центральном телевидении, «Вызываем огонь на себя», был показан в 1965 году), и росло количество программ старых жанров, например спортивных<sup>205</sup>. И все же значительное место в сетке вещания продолжали занимать длинные разговорные программы на политические и новостные темы. В приведенном выше примере был длинный блок развлекательных программ: телеспектакль, спортивные новости, концерт. Однако «Эстафета новостей», в которой Фокин и его друзья из художественной и научной элиты рассуждали о политике и эстетике, также занимала очень большую часть вечернего эфира. «Эстафета новостей» была намеренно ненормированной: она всегда выходила последней, чтобы ее участники могли свободно высказывать свои мысли и идеи столько, сколько сочтут нужным. Нередко передача длилась и два часа, и даже больше.

Сапкак, конечно, восхвалял на телевидении именно эти «говорящие головы», при условии что это были правильные «головы» – пылкие представители художественной интеллигенции и другие «кристальные души», талантливые профессионалы телевидения, такие как Валентина Леонтьева или тот же Фокин. К середине 1960-х годов, однако, стал неизбежным вопрос, согласны ли со всем этим зрители.

---

<sup>204</sup> Расписания, опубликованные в «Правде» в указанные дни. К октябрю 1959 г. Центральное телевидение начало вещание на втором канале; 12 октября единственной передачей на нем была некая спортивная трансляция.

<sup>205</sup> Подробнее о советских многосерийных фильмах см.: *Prokhorova E. Fragmented Mythologies: Soviet TV Miniseries of the 1970s. Ph. D. diss., University of Pittsburgh, 2003.*

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОПРОСЫ И ИХ РЕЗУЛЬТАТЫ

Социологические исследования аудитории, казалось, могли решить множество проблем, стоявших перед Центральным телевидением середины 1960-х, обеспечив новую, научную основу для принятия решений как об отдельных передачах, так и об их месте в новой всесоюзной сетке вещания Первого канала. Несмотря на определенные несовершенства их методологии, опросы, проведенные Научно-методическим отделом во второй половине 1960-х годов, и впрямь позволили многое узнать о предпочтениях советской публики. Но, как быстро обнаружили работники Центрального телевидения, путь от выводов к политике не всегда прямой. Даже напротив, большее знание о телезрителях порождало еще больше вопросов об отношениях Центрального телевидения со своей аудиторией, а также о смысле и цели ее изучения в социалистической медиасистеме.

Центральное телевидение проводило опросы аудитории – в очень небольших масштабах, в рамках личных встреч со зрителями, – начиная с послевоенного периода<sup>206</sup>. В начале же 1960-х значительно возросло использование письменных опросов, причем они стали фокусироваться на областях, представляющих особый интерес для вещателей, таких как мнение зрителей о конкретных передачах в определенное время дня или в определенный день недели, в зависимости от задуманных изменений в программе<sup>207</sup>. Использование опросов расширилось экспоненциально начиная с 1965 года, когда общественная значимость советской социологии резко повысилась<sup>208</sup>. В 1965-м опросы НМО стали называться не просто анкетными опросами, а социологическими исследованиями. Они также стали проводиться отдельно от встреч с телезрителями – небольшими группами сотрудников НМО или добровольцев-интервьюеров лично или по телефону<sup>209</sup>. Возрастал и размер выборки; одно исследование 1967 года охватило почти 3500 зрителей в двадцати городах и поселках СССР, принимавших Центральное телевидение. Исследователи из НМО начали использовать несколько более сложные методы выборки, хотя, как отметила Эллен Мицкевич, они и не были самыми сложными из доступных<sup>210</sup>.

Опросы, проведенные НМО в 1965–1967 годах, позволяют предположить, что информация, которую искали советские вещатели, была очень похожа на ту, что хотели получить американские вещатели от системы рейтингов Нильсена. В опросах НМО спрашивали, кто, что и когда смотрит. В какое время дня и недели собиралась самая большая зрительская аудитория? Какие передачи привлекали те или иные группы населения (чаще всего разделенные по ключевому советскому критерию – профессии, но также и по возрасту, полу, уровню образования, сельскому или городскому месту жительства)?<sup>211</sup> Эти вопросы были продиктованы необходимостью разработать новую сетку вещания, учитывающую ежедневные привычки новой боль-

---

<sup>206</sup> НМО использовал опросы почти сразу после своего основания, уже в 1945 г.; см.: Предисловие // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Подобные исследования широко использовались в Советском Союзе и в 1920-х гг., но осуждение социологии как буржуазной лженауки при Сталине (в 1930–1940-х гг.) привело к прекращению социологических исследований.

<sup>207</sup> См., например: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 184, 211, 249. Посвященные бюджетам свободного времени, эти опросы были типичными для советских социологических исследований начала 1960-х гг., которые в основном ограничивались вопросами, не касающимися непосредственно общественного мнения о государственных институтах или инициативах.

<sup>208</sup> Исследователи обычно считают 1965 г. началом «золотого века» советской социологии; см.: *Shlapentokh V. The Politics of Sociology in the Soviet Union*. P. 33–34.

<sup>209</sup> См., например: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 281, 324, 411, 412.

<sup>210</sup> Методы, используемые для выборки и опроса населения, не всегда указывались, но в одном исследовании упоминается использование квотной выборки – нерандомизированной стратегии отбора: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 407, 408. Подробнее о советских методах социологического исследования и о недостатках квотной выборки по сравнению со случайными выборками см.: *Mickiewicz E. P. Media and the Russian Public*. P. 14–15.

<sup>211</sup> Несколько опросов были прямо ориентированы на один сектор аудитории, например «молодежь» или «сельские жители»: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 328, 329.

шой аудитории, которую включают в охват Центрального телевидения «Останкино» и спутниковое вещание.

Основным результатом опросов аудитории, проведенных НМО во второй половине 1960-х годов, было установленное предпочтение развлекательного контента, а также соответствующее ему убеждение, что телевидение должно не конкурировать с радио и газетами, а дополнять их, показывая фильмы, спектакли, телеигры и популярную музыку. В опросе московских работников Министерства торговли, проведенном в 1963 году, один из респондентов жаловался: «Нередко по телевидению организуются выступления или лекции по тем или иным вопросам, причем зачастую эти выступления занимают много времени. Не лучше ли было бы все это передавать по радио, а программу телевидения использовать полностью по ее прямому назначению, то есть для показа кинофильмов, концертов, спектаклей и других видов искусства?»<sup>212</sup> В комментариях к своим ответам зрители жаловались, что развлекательное содержание на телевидении часто уступает содержанию газет и радио и что телевидение отнимает у них эти средства массовой коммуникации. Особенно настойчивы в этом требовании развлекательного контента были сельские зрители – новая и важная для телевидения аудитория. Они снова и снова утверждали, что, в отличие от их городских сверстников, у них для проведения досуга мало других вариантов, кроме СМИ. Согласно письму колхозницы из Рязанской области, зрители смотрели телевизор в тщетной надежде, что дальше покажут что-то получше. «Сидим по вечерам у телевизора, – писала она. – Ждем: а вдруг дадут что-нибудь интересное. Из-за этого ожидания и радио по вечерам не слушаем». «Газеты и журналы, чтобы привлечь читателя, печатают интересные статьи, рассказы о мужестве, о раскрытии шпионов и т. д., – добавляла доярка из того же колхоза. – А телевидение не хочет „завлекать“»<sup>213</sup>.

Эти данные подтверждались исследованиями аудиторий других медиа. В 1967 году газета «Известия» провела общенациональный опрос своих читателей, показавший, что реже всего респонденты читали статьи четырех типов, относящихся непосредственно к советской идеологии и отечественным новостям. А вот другие политически важные разделы газеты, такие как зарубежные новости, значительная часть публики читала регулярно. Согласно статье в журнале «Журналист», выборка «Известий» была основана на ответах 26 000 читателей из семи миллионов, получивших анкету; учитывая уровень политической активности, необходимый для того, чтобы вообще ответить на анкету, представляется вероятным, что массовое мнение было еще менее благосклонным к внутренним новостям и прямой пропаганде<sup>214</sup>.

В советском контексте попросить зрителей сравнить свои чувства по поводу дискуссий о марксизме-ленинизме и концертов популярной музыки было весьма проблематично. В опросе 1965 года о «популярности» теле- и радиопрограмм было тщательно проведено разделение передач на категории, так чтобы популярность конкретной новостной или пропагандистской программы измерялась лишь относительно других передач из той же категории<sup>215</sup>. Исследования, проводившиеся в 1965–1966 годах НМО, также часто фокусировались только на одном жанре, например на художественных программах или программах для молодежной аудитории, с тем чтобы избежать неловких сравнений между политическими и развлекательными жанрами<sup>216</sup>.

<sup>212</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 211. Л. 3.

<sup>213</sup> Итоговая справка о результатах анкетного опроса радиослушателей и телезрителей о радио- и телепередачах для сельских жителей (1965) // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 280. Л. 20.

<sup>214</sup> Четыре рубрики, о которых реже всего сообщали как о «читаемых регулярно»: «Передовая», «Экономика», «Пропагандистские статьи» и «Работа советов» (*Давыдченко В., Шляпихин В.* «Известия» изучают читателя // Журналист. 1968. № 2. С. 23–25).

<sup>215</sup> Итоговая справка о результатах социологического исследования популярности радио- и телевизионных программ, проведенного на предприятиях г. Москвы // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 37.

<sup>216</sup> См., например: Итоговая справка о результатах анкетных опросов радиослушателей и телезрителей о художественных передачах радио и телевидения // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 281; Итоговая справка о результатах анкетного опроса телезрителей

Но по мере подъема социологии и увлечения советских интеллектуалов идеями, лежащими в основе социалистических реформ 1967–1968 годов, некоторые из этих барьеров начали падать. С 1967 года НМО стал еще более прямо спрашивать зрителей, что они смотрят, а что нет, и не стеснялся сопоставлять в своих отчетах популярность (или ее отсутствие) сугубо политических и развлекательных программ. В одном из опросов цель была определена так: «Получить материалы, характеризующие отношение телезрителей к основным передачам центрального телевидения». Зрителям «было задано два основных вопроса: какие из существующих передач надо оставить в программах центрального телевидения и какие исключить из программ». Двенадцать «вспомогательных» вопросов были призваны «раскрыть более точно, какие стороны передач зрителям нравятся и какие не нравятся». В опросе также были перечислены тридцать пять программ Центрального телевидения – зрителей просили высказать о них свое мнение<sup>217</sup>. В другом опросе НМО от 1967 года зрителей просили оценить, насколько они «удовлетворены» программами, подготовленными теми или иными редакциями<sup>218</sup>.

В 1967 году НМО начал проводить опросы, в которых зрителей просили сообщить, что они посмотрели за предыдущую неделю. Результатом по крайней мере одного такого опроса стал ранжированный список, не похожий на те, что составляются американской системой рейтингов, с самыми просматриваемыми программами в верхних строчках. Этот опрос, проведенный среди работников семи московских заводов и других учреждений в период с 30 июля по 5 августа 1967 года, показал, что четверку самых просматриваемых респондентами программ составили футбол, бокс, эстрадная программа «Голубой огонек» и парад советского флота. «Эстафета новостей» Фокина, показанная после парада (и содержавшая много информации о внешней политике и культурной жизни), была на седьмом месте. Следующей новостной передачей были ежедневные «Телевизионные новости», которые оказались на далеком четырнадцатом месте. За исключением молодежного журнала «В эфире молодость», состоявшего в основном из конкурсов и музыкальных выступлений, ни одна пропагандистская программа не упоминалась достаточно часто, чтобы попасть в итоговый список<sup>219</sup>.

Руководство Центрального телевидения и даже сами авторы опроса в НМО были не очень-то довольны этими новыми данными о популярности пропагандистских программ. Хотя сотрудники НМО задавали многие из тех же вопросов, что и американские исследователи аудитории СМИ, и явно стремились заимствовать их методы, они тем не менее подчеркивали, что руководствовались иным пониманием отношений между вещателем и аудиторией, нежели на капиталистическом Западе: «У нас не редко призывают учиться у них [США] методам социологических исследований в области изучения аудитории радио и телевидения, – говорилось в докладе НМО за 1965 год, – забывая при этом о средствах и целях исследований. А цели их для нас совершенно неприемлемы»<sup>220</sup>. Определение различий между советской практикой изучения аудитории – с одной стороны – и американской или капиталистической – с другой – стало критически важной темой в обсуждении того, как новые социологические исследования будут использоваться в решениях Центрального телевидения по формированию сетки вещания и содержанию телепрограмм.

Первое различие, которое провели сотрудники Центрального телевидения и НМО, касалось цели социалистического вещания и его отношения к зрительским вкусам. Это было разли-

о молодежных программах и статистические таблицы к ним // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 329.

<sup>217</sup> Итоговая справка о результатах анкетного опроса «Зрители о программах и передачах Центрального телевидения за февраль – май 1967 г. и документы к ней» // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 407. Л. 1–2.

<sup>218</sup> Об опросах, направленных на определение «степени удовлетворенности телезрителей программами телевидения», см.: ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 410; *Гуревич П.* Жажда информации // Журналист. 1968. № 8. С. 61–62.

<sup>219</sup> Итоговая справка о результатах ежедневного опроса радиослушателей и телезрителей г. Москвы о радио- и телепередачах, проведенного с 30 июля по 5 августа 1967 г., и документы к ней // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 408. Л. 4.

<sup>220</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 12.

чие, лежавшее в основе официального советского понимания целей государственной деятельности и превосходства СССР в конкуренции с Западом в период холодной войны. Как сказал Николай Месяцев, председатель Гостелерадио с 1964 по 1970 год, выступая перед партийцами комитета в 1966 году, телевизоры были не только потребительским товаром, необходимым для ориентированной на досуг культуры богатого общества. «Думается, – отмечал он, – что критерием богатства того или иного общества выступает не только производство материальных благ на душу населения, но и, если так можно сказать, „производство самой этой души“. Всестороннее развитие личности выступает как фактор, во многом определяющий экономический и культурный, материальный и духовный прогресс общества»<sup>221</sup>. Схожим образом, в одном из докладов НМО подчеркивалось: представленные избоблицительные данные вовсе не означают, «что вещание должно гнаться только за вкусами большинства, приравниваться к этим вкусам... как это делают работники американского телевидения, что грозит вещанию превратиться в „хвостистское“, потерять свое прогрессивное значение...» Вместо этого, говорилось далее, советское телевидение должно стремиться к тому, чтобы прогрессивное, просветительское или мобилизующее содержание нравилось большинству зрителей.

«Речь идет о том, чтобы передача, преследующая прогрессивные цели, заинтересовала многих, – продолжали авторы доклада, – чтобы она нравилась большинству, доходила до его сознания, а не выключалась по причине неинтересной формы, недостаточной содержательности или малой понятности»<sup>222</sup>. Таким образом, проблема зрительского недовольства чисто политическими программами была связана с необходимостью повышать качество телепередач и профессиональное мастерство телевизионщиков: важные государственные послания должны быть осмысленными и привлекательными для «многих», для «большинства», для того чтобы они не выключались, то есть достигали цели.

Эта профессиональная задача работников телевидения стала еще более актуальной благодаря другому важному выводу из социологических исследований середины – конца 1960-х годов: советская публика слушала зарубежные радиопередачи, а советские новостные программы на телевидении и радио не выдерживали конкуренции. Одно из исследований предпочтений теле- и радиоаудиторий, проведенное среди сотрудников семи московских учреждений, включая кондитерскую фабрику «Красный Октябрь», электроламповый завод, вычислительный центр Центрального статистического управления и Министерство торговли, показало, что 54% опрошенных слушали зарубежные голоса. Многие из них, как сообщила группа НМО по изучению аудитории, объясняли «слушание программ зарубежных станций... недостаточной оперативностью и конкретностью нашей информации». Интервьюеры НМО уделили этой теме особое внимание. «Обидно, – говорил один зритель, – что наше радио и телевидение менее оперативно, чем зарубежное. Надо быстро давать и объяснять больше фактов, не только серьезных, но и мелких, но характерных». «Меньше начетничества и скучных теоретических обоснований, – предлагал другой зритель. – ...Своевременно информировать по отдельным политическим событиям, и не оставлять без правдивого освещения информации буржуазных радиостанций»<sup>223</sup>.

В отличие от более противоречивой реакции на аналогичные результаты опроса аудитории со стороны журналистов из «Комсомольской правды», реакция Центрального телевидения на эту новую информацию была умеренно позитивной. Данные социологического исследования, проведенного НМО, требовали осторожного отклика, поскольку советская медиаорганизация не могла согласиться на развлечение без политического содержания. В то же время многие сотрудники Центрального телевидения давно выступали за содержание, воздействующее

---

<sup>221</sup> РГАСПИ-м. Ф. 43. Оп. 1. Д. 36. Л. 750.

<sup>222</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 17.

<sup>223</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 408. Л. 6.

на аудиторию косвенно и лишено именно тех элементов, что больше всего раздражали зрителей, – таких, как сухой, формализованный язык, задержки в производстве и цензурные требования, из-за которых советские новости выходили гораздо медленнее, чем у зарубежных радиоконкурентов. Их реакция на социологические исследования аудитории, призванная объяснить непопулярность чисто политических программ, сохранив при этом просветительские ценности социалистической политической системы, была равнозначна переопределению «массовой» телеаудитории и типа программ, нацеленного на этого массового зрителя.

## ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ СОВЕТСКИЙ ЗРИТЕЛЬ

Знакомство Центрального телевидения с социологическими исследованиями аудитории происходило в контексте общей переоценки природы советской публики, которая происходила тогда в кино, на радио и в прессе<sup>224</sup>. Как и многие их коллеги из печатных СМИ и кино, сотрудники Центрального телевидения пытались объяснить и учесть результаты исследований аудитории, указывавшие на непопулярность просветительского и мобилизующего контента, двумя способами. Во-первых, непопулярность откровенно политического контента и новостных программ объяснялась быстрым культурным развитием советских телезрителей: их интеллектуальные запросы опережали квалификацию сотрудников Центрального телевидения. Согласно этому доводу, по мере того как советские люди переезжали в новые частные квартиры, их культурный уровень повышался. «Мы на старой квартире всё смотрели, – рассказывал журналисту и телекритику Георгию Фере в 1967 году один из его собеседников. – ... А как переехали, стали смотреть выборочно»<sup>225</sup>. В ответ на это сотрудники должны были адаптировать программы к требованиям зрителей, особенно в том, что касалось визуального содержания, своевременного сообщения новостей и живой, очищенной от шаблонных формулировок подачи информации<sup>226</sup>. Эта ссылка на искушенность зрителей была связана с одним удобным домыслом: она одновременно подтверждала исторический нарратив о неуклонном прогрессе, лежавший в основе легитимности коммунистической партии, и возвращала к привычному дискурсу о бюрократе, отстающем от динамичного советского населения. Идея о том, что зрители требуют тонко организованных, своевременных и интересных программ, стала зацепкой для журналистов, режиссеров и писателей, стремившихся к большей свободе в создании именно таких сложных, увлекательных и современных произведений<sup>227</sup>. Но это также было связано и с серьезными опасениями по поводу цинизма и разочарования зрителей, которые пережили публичную критику Сталина при Хрущеве, а затем, после его смещения в 1964 году, и самого Хрущева<sup>228</sup>. Другим способом объяснить непопулярность определенных видов политически значимых программ было утверждение, что эти программы изначально не предназначались для всей телеаудитории, а скорее были рассчитаны на строго определенные ее подгруппы. Здесь, как и их коллеги в кино и печати, специалисты Центрального телевидения обратились к идее дифференцированной аудитории, призвав к такой стратегии составления телепрограммы, в основе которой лежала бы ориентация на отдельные группы зрителей<sup>229</sup>.

Идея ориентации на конкретного зрителя не была для Центрального телевидения совсем уж новой, но после 1965 года ее характер значительно изменился. Еще в конце 1950-х энту-

<sup>224</sup> Эта переоценка происходила во всем Восточном блоке. Об этом процессе на югославском телевидении см.: *Mihelj S. Audience History as a History of Ideas. О советских кинематографе и печатных СМИ см.: First J. From Spectator to «Differentiated» Consumer; Huxtable S. In Search of the Soviet Reader.*

<sup>225</sup> *Фере Г. Как я был телевизионным техником // Журналист. 1967. № 4. С. 36.*

<sup>226</sup> Это утверждение было сформулировано руководителем методического сектора Эстонского телевидения Рут Каремяэ в: *Каремяэ Р. «...Как тяжелые пушки в бою!» // Советское радио и телевидение. 1967. № 7. С. 30–33.* Такой подход к вопросу о зрительской скуке продолжал использоваться на протяжении 1970-х гг., поскольку позволял сместить проблему со зрителей или самой советской идеологии на наиболее контролируемую переменную – самих сотрудников Центрального телевидения.

<sup>227</sup> *Jones P. The Fire Burns On?*

<sup>228</sup> *Huxtable S. In Search of the Soviet Reader.*

<sup>229</sup> *Ibid.; First J. From Spectator to «Differentiated» Consumer. P. 332–340.* Хакстэйбл утверждает, что журналисты «Комсомольской правды» с гораздо большей неохотой, чем кинематографисты, отказывались от идеи обобщенного «массового читателя» в пользу представления о разнообразной, социологически дифференцированной аудитории (см.: *Huxtable S. In Search of the Soviet Reader*). Как показывает Фёрст, кинематографисты также отошли от идеи дифференцированной аудитории к концу 1970-х гг.

зиасты телевидения призывали к созданию программ, у которых был бы «точный адрес», то есть конкретный зритель. Однако они понимали это довольно абстрактно, как некую ментальную практику для профессионалов телевидения, таких как Валентина Леонтьева. В идеале они должны были представить себе в качестве аудитории образованного, любознательного, увлеченного советского гражданина и сделать свой экранный стиль таким, чтобы наладить связь с этим человеком, а обнаружиться он может в самых разных средах. С расширением социологических опросов этот «точный адрес» стал относиться в первую очередь к конкретным подгруппам населения, определяемым такими категориями, как пол, образование и профессия.

Несмотря на сильное сходство между этой стратегией и западными маркетинговыми исследованиями с их демографически определенными целевыми аудиториями, советские телевизионщики, как и их коллеги в кино, поместили дифференцированную аудиторию в основу своей претензии на отличие от западных коммерческих вещателей<sup>230</sup>. По наблюдениям НМО, целью вещателей Америки и других капиталистических стран было привлечь наибольший процент аудитории и удерживать ее как можно дольше. Их исследования, как говорилось в одной из справок НМО за 1965 год, были направлены на «определение наиболее модных, одурачивающих передач, чтобы ориентироваться на них, приковывая к телевизорам и радиоприемникам всех, кого только можно приковать, вопреки их интересам и требованиям...». Советские же вещатели, напротив, преследовали цели, которые «совпадают с интересами слушателей и зрителей, с интересами народа. <...> Вот почему, – продолжали авторы доклада, – передачи адресуются не всем, а определенному кругу людей, с учетом их рода занятий, возраста, пола, образования и даже места жительства»<sup>231</sup>. Не каждая передача может понравиться каждому человеку, и в этом вся суть: телевидение не превращает советских граждан в зомби – по окончании заинтересовавшей их передачи они выключают телевизор и идут заниматься каким-нибудь другим полезным делом.

И хотя специалисты и руководители Центрального телевидения, объясняя, какую дифференциацию они имеют в виду, часто называли все те же самые социальные категории: возраст, пол, уровень образования, но на практике им было гораздо удобнее описывать зрителей в терминах не социально-демографических характеристик, а вкусов и интересов. Особенно большие сложности в этом плане создавал пол. Так, разница между любителем театра и спортивным болельщиком часто служила способом иносказательного обсуждения пола: например, когда зрительницы говорили о «полнейшем разладе» в семье в те моменты, когда боксерский матч совпадал по времени показа с каким-то фильмом<sup>232</sup>. Представление о том, что социальные различия оборачиваются существенными, потенциально неустранимыми разногласиями внутри телевизионной аудитории, – разрывами, которые не может преодолеть общая симпатия к спорту или опере, – оставалось весьма неудобным. Поразительное отсутствие внимания к женской аудитории как таковой отражалось и в дневном расписании Центрального телевидения, с конца 1960-х годов основанном на повторе программы предыдущего вечера<sup>233</sup>. Политически важной аудиторией советского дневного телевидения были не домохозяйки и даже не пенсионеры, а рабочие и школьники, которые работали или учились во вторую смену и поэтому не могли смотреть вечерние передачи<sup>234</sup>. Когда руководители Центрального телевидения или

<sup>230</sup> *First J.* From Spectator to «Differentiated» Consumer. P. 344.

<sup>231</sup> Итоговая справка о результатах социологического исследования популярности радио- и телевизионных программ, проведенного на предприятиях г. Москвы // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 12.

<sup>232</sup> *Фере Г.* Как я был телевизионным техником. С. 38.

<sup>233</sup> В качестве контрастного примера см. главу о «повседневности» британского телевидения в: *Scannell P.* Radio, Television, and Modern Life.

<sup>234</sup> Исключением стала вышедшая в 1957 г. программа «Для вас, женщины!». Ориентация «Первого канала» и «Орбиты» на массовую аудиторию была также обусловлена одновременным созданием после открытия «Останкино» третьего и четвертого каналов – особенно Третьей (учебной) программы, начавшей вещание 4 ноября 1967 г., куда была перенесена большая часть непосредственно дидактических и просветительских программ Центрального телевидения – от уроков иностранного

журналисты упоминали о специфических зрительских привычках телезрительниц, обычно это было связано с их крайне ограниченным временем на досуг по сравнению с мужчинами; подразумевалось, что женщины лишь маргинальные члены телевизионной аудитории, и в результате телезрительницы делались еще менее «видимыми»<sup>235</sup>.

Однако в то время, когда опасения по поводу влияния этого нового и всепоглощающего средства массовой коммуникации на советскую культурную систему были еще велики, среди некоторых руководителей Центрального телевидения дифференциация программ Центрального телевидения по вкусам получила поддержку – как способ утверждения ограниченной роли телевидения в досуге советских людей<sup>236</sup>. В 1967 году Анатолий Богомолов, главный редактор программ Центрального телевидения, отвечавший за составление расписания, опубликовал в «Журналисте» статью под названием «Поменьше смотрите телевизор», где ответил на звучащие в прессе обвинения Центрального телевидения в том, что передачи его были скучны. Критики полагают, писал Богомолов, что каждая минута телевизионного расписания должна быть интересна каждому зрителю. Но это невозможно и нежелательно, особенно учитывая, что передачи Центрального телевидения на двух московских каналах составляют восемнадцать часов в день, а вскоре, с открытием «Останкино», их продолжительность возрастет – на четырех московских каналах – до пятидесяти часов в день. Вместо этого советские телепрограммисты стремятся «научить зрителя выбирать программу», «научить его... как можно меньше смотреть телевизор», и вот почему:

Существует термин «объесть зрелищем».

Злоупотребление телевизором опасно. Опасно для зрителя и для телевидения. Зритель [после многочасового просмотра] уже не видит хорошего, не в состоянии осмыслить увиденное и сказанное. И тогда приходят письма, удивительно похожие на статьи некоторых критиков. «Вчера смотрел весь вечер телевизор и ничего хорошего не увидел».

Как хочется ответить такому автору-зрителю: «Не надо весь вечер сидеть у телевизора. Посмотрите одну-две передачи и выпуск „Теленовостей“. А потом почитайте, погуляйте»<sup>237</sup>.

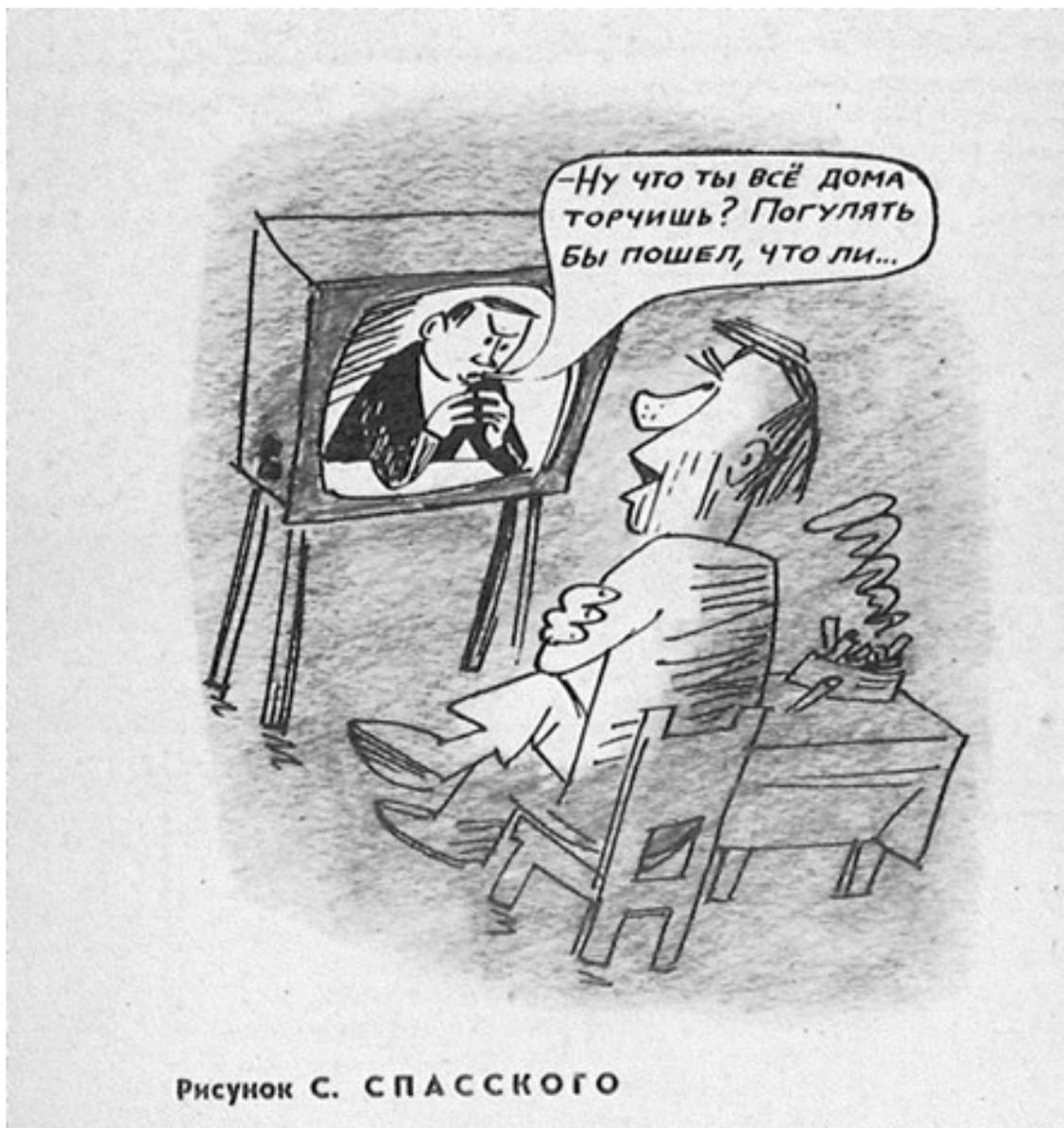
---

языка до научно-популярных фильмов и целых дистанционных курсов. См.: По горизонтали, по вертикали // Советское радио и телевидение. 1967. № 11. С. 49–50.

<sup>235</sup> См., например: *Месяцев Н.* Доклад на Всесоюзной Конференции по телевидению «Пути дальнейшего повышения качества телевизионных программ» // РГАСПИ-м. Ф. 43. Оп. 1. Д. 40. Л. 44; *Фере Г.* Как я был телевизионным техником. С. 38.

<sup>236</sup> *Roth-Ey K.* Moscow Prime Time. P. 199–208.

<sup>237</sup> *Богомолов А.* Поменьше смотрите телевизор // Журналист. 1967. № 6. С. 39–41.



Ил. 2. «Ну что ты все дома торчишь? Погулять бы пошел, что ли...» (С. Спасский) – Крокодил. 1970. Ноябрь. № 33

Эта точка зрения оказалась устойчивой; в 1970 году она все еще была достаточно распространена, чтобы быть высмеянной в карикатуре в сатирическом журнале «Крокодил» (ил. 2). На ней был изображен суровый диктор, высунувшийся из экрана, чтобы пожуричь зрителя: «Ну что ты все дома торчишь? Погулять бы пошел, что ли...»

Вторым ответом было признание того, что некоторые программы могут быть рассчитаны лишь на ограниченную аудиторию. Как отмечалось в отчете по результатам исследования 1965 года, одна из основных причин, почему определенные виды пропагандистских и образовательных программ не привлекали зрителей, состояла в том, что их авторы не вполне понимали, насколько узка их аудитория. Например, если они рассказывали о последних химико-технологических достижениях, им не следовало ориентироваться на аудиторию со средним школьным образованием, которой это едва ли было интересно. К тому же они оттолкнули бы специалистов – аудиторию, которая и нужна больше всего подобным программам<sup>238</sup>. Однако здесь

<sup>238</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 37. Одной из программ, иллюстрирующих эту проблему, был «Экран большой химии»,

возникало столько же вопросов, сколько и ответов. Кто, в конце концов, будет решать, какие передачи предназначены для всех зрителей, а какие – для узкой аудитории?

Кроме того, ориентация на дифференцированную аудиторию была сложной бюрократической задачей, особенно учитывая многоканальность, которую мог создать или усилить приход Центрального телевидения в регионы. В декабре 1965 года Научно-методический отдел провел конференцию по вопросу программирования и координации между каналами в преддверии открытия «Останкино», которое увеличит количество каналов в Москве до четырех, а за пределами Москвы создаст ситуацию конкуренции между местными станциями и новым общегосударственным Первым каналом Центрального телевидения. В конференции приняли участие сектор эстетики Института истории искусств Министерства культуры, кафедра радио и телевидения факультета журналистики Московского государственного университета и лаборатория социологических исследований Ленинградского государственного университета. Присутствовали там и влиятельные слушатели: представители Высшей партийной школы при ЦК КПСС, Института философии Академии наук, Академии общественных наук – центральных институтов формирования советской идеологии; члены союзов писателей, кинематографистов и журналистов; студенты МГУ и Всесоюзного государственного института кинематографии. Конференция была приурочена к ежеквартальному совещанию программных редакторов местных телеканалов, поэтому на ней также присутствовали составители местных телепрограмм из сорока городов<sup>239</sup>.

В отчете о конференции подчеркивалась уникальная задача, стоявшая перед советским телевидением, которое стремилось создать единую национальную сетку вещания для Первого канала Центрального телевидения, придерживаясь «социалистических» принципов вещания, основанных на ограничении просмотра и недопущении рыночной конкуренции между каналами. «Как только рядом с уже существующей появляется вторая программа, возникает „конкурентная“ ситуация», – отмечалось в отчете. Эта ситуация требовала координации расписаний разных каналов, создания для каждого канала собственного «лица». Для составителей телепрограммы, утверждалось далее, вопрос состоял в том, «должен ли зритель иметь возможность каждодневного свободного выбора, или зрительская аудитория должна более или менее пропорционально распределяться по программам», ориентированным на определенные социальные группы или группы интересов<sup>240</sup>.

В ходе дискуссий на конференции был выработан следующий ответ: у зрителей действительно должен быть выбор, но ограниченный достаточно жесткими рамками, которые помогут не допустить как чрезмерного просмотра, так и нежелательной «конкуренции» между каналами и отдельными программами. Расписание должно быть основано на разделении программ по двум категориям: «передачи для массовой (то есть всей) аудитории и передачи для дифференцированной аудитории, для определенных групп аудитории (отличающихся между собой по возрасту, полу, образованию, профессии, интересам) и т. д.». Программы, рассчитанные на массовую аудиторию, но относящиеся к разным жанрам (например, кино и спорт), было предложено планировать так, чтобы они совпадали по времени друг с другом. Если на одном канале идут программы, ориентированные на конкретную аудиторию (скажем, на работников сельского хозяйства), то и на другом канале должна идти узконаправленная программа, но уже для другой подгруппы аудитории. Самым важным, по мнению участников конференции, было

---

созданный в рамках хрущевского курса на внедрение современной промышленной химии в Советском Союзе.

<sup>239</sup> Справка по итогам теоретической конференции «Принципы многопрограммного телевидения» в материалах к протоколу № 2 засед. Госкомитета от 21 янв. 1966 г. // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 886. Л. 196, 213.

<sup>240</sup> Там же. Л. 206. Разумеется, у зрителей осталась бы возможность выбора между каналами ввиду потребления телевидения в домашних условиях, независимо от попыток Центрального телевидения повлиять на их выбор.

«строго следить за тем, чтобы не совпадали по времени, скажем, кинофильмы, развлекательные ревью с политическими передачами» на другом канале<sup>241</sup>.

Оставляя в стороне элементарную невозможность такого уровня ежедневного контроля и координации на центральных и региональных каналах, НМО предложил два противоречащих друг другу подхода к тому, какие именно виды программ следует считать интересными для всей аудитории. В одном из отчетов НМО за 1965 год говорилось, что программами для массовой аудитории являются только «крупнейшие события общественного значения, каким было, например, открытие XXII съезда КПСС»<sup>242</sup>. А на прошедшей в декабре того же года конференции по телепрограммированию к передачам для массовой аудитории были отнесены прежде всего фильмы и эстрадно-музыкальные программы<sup>243</sup>.

Эта неуверенность в том, какие программы подходят для массовой аудитории, выявила противоречие – очевидное и для кинематографистов, и для газетчиков – между двумя основными характеристиками отношения «социалистического» телевидения к его аудитории, которые стремились пропагандировать Главная дирекция программ Центрального телевидения и НМО. Советское телевидение не могло заниматься «производством души», воспитанием зрителя просветительскими программами, если оно при этом стремилось ограничивать просмотр, делая телевидение узконаправленным, а значит, и неинтересным для многих или большинства зрителей<sup>244</sup>. В конце концов, зрители и сами могли ограничить (и ограничивали) просмотр, просто выключив телевизор, а их альтернативные формы досуга могли быть и не просветительскими: они могли прогуляться, как предлагали Богомолов и карикатурист «Крокодила», а могли и поиграть в домино или, того хуже, выпиться с друзьями<sup>245</sup>. Таким образом, скука перед экраном телевизора была проблемой не меньшей, а то и большей по сравнению с проблемой, описываемой словами «объесть зрелищем». Опасение, что зритель может заскучать перед телевизором, отражено в карикатуре «Крокодила» за 1965 год (ил. 3). Надпись «Телезритель-рационализатор» отсылает к проводившимся под эгидой государства конкурсам рационализаторов на предприятиях; в данном случае зритель оснастил свой телевизор будильником и заснул, пока пожилой мужчина на экране читает по бумажке, – это та самая лекция без иллюстраций, на которую часто жаловались зрители. Исходное допущение советских телепрограммистов, согласно которому политическим или философским лекциям не место в прайм-тайме, отличало советское телевидение от, скажем, французского государственного телевидения, где ведущие философы регулярно появлялись с 1951 года, – это было частью большой работы по осмыслению прошлого Франции и формулированию французской национальной идентичности<sup>246</sup>.

<sup>241</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 886. Л. 207.

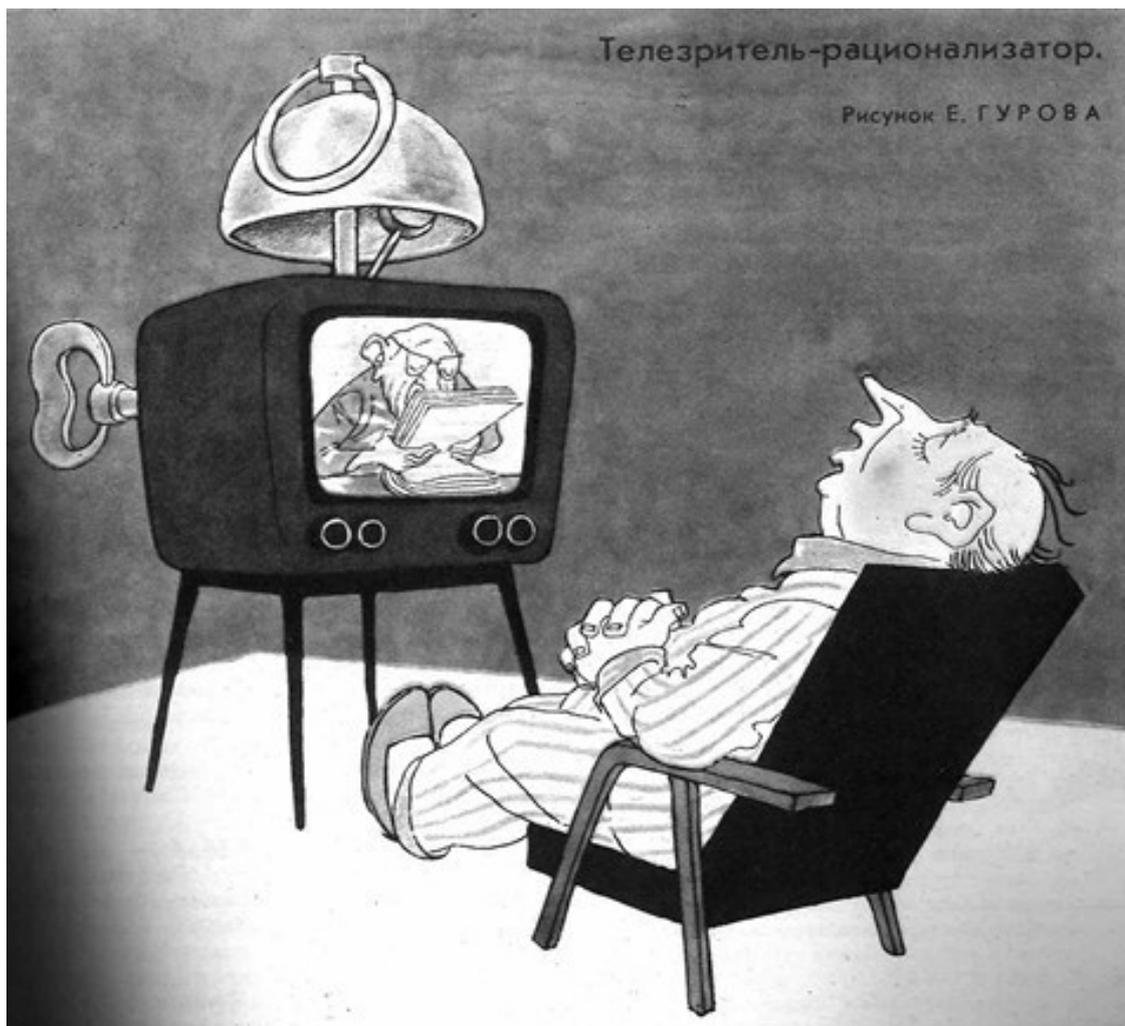
<sup>242</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 277. Л. 12.

<sup>243</sup> Справка по итогам теоретической конференции «Принципы многопрограммного телевидения» в материалах к протоколу № 2 засед. Госкомитета от 21 янв. 1966 г. // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 886. Л. 207.

<sup>244</sup> *First J.* From Spectator to «Differentiated» Consumer. P. 336–339; *Huxtable S.* In Search of the Soviet Reader. P. 630–631.

<sup>245</sup> Трансляция футбольных и хоккейных матчей появилась в отчетах Центрального телевидения о его «антиалкогольной пропаганде». См., например: Стенограмма собрания партийного актива «О состоянии работы по выполнению Постановлений ЦК КПСС о мерах по усилению борьбы против пьянства и алкоголизма, вытекающих из решений КПК при ЦК КПСС от 20 апреля 1977 г. (13 июля 1977 г.) // ОХДОПИМ. Ф. 2930. Оп. 3. Д. 230. Л. 18–19.

<sup>246</sup> *Chaplin T.* Turning on the Mind: French Philosophers on Television. Chicago: University of Chicago Press, 2007. P. 1–4.



Ил. 3. «Телезритель-рационализатор» (Е. Гуров) – Крокодил. 1965. Июнь. № 17

Центральное телевидение было ограничено и распорядком дня реальных зрителей: лишь часть вещательного дня заставляла большинство зрителей дома и при этом готовыми к просмотру телевизора. Социологические исследования аудитории показали, что у советского телевидения был свой вечерний эквивалент прайм-тайма американских сетей, на языке телевизионщиков – «самое смотровое время». Согласно одному исследованию 1967 года, в будние дни аудитория московских телезрителей вырастала с 13% в 17 часов до 27% в 18 часов, затем до 52% в 19 часов (в провинциальных городах – до 66%) и до 62% (в провинции – до 76%) в 21 час, а затем, начиная с 23 часов, значительно снижалась. Также были получены данные об аудитории выходного дня, самые важные из которых указывали на то, что она была значительной. По субботам рост зрительской аудитории начинался на час раньше, в 17 часов, и продолжался до 23 часов. По воскресеньям дневная аудитория была намного больше, чем по субботам и будням, а вечерняя аудитория была еще более значительной и достигала пика в 8–9 часов вечера<sup>247</sup>.

Как же совместить эти данные с разделением расписания на программы для массовой аудитории и для узко определенных подгрупп? В 1968 году, выступая на очередной конференции, посвященной совершенствованию сетки вещания, председатель Гостелерадио Николай Месяцев коснулся того факта, что массовая аудитория по определению является также аудиторией прайм-тайма. «Программирование невозможно», – заявил он, —

<sup>247</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 412. Л. 1–5.

без учета целого ряда данных социологического характера, во многом определяющих условия и эффективность работы телевидения. <...> Одна из целей программирования – довести телевизионную передачу до той группы зрителей, которой она предназначена. Иногда такой группой является лишь 5% аудитории, иногда все 100%. Но как бы мала или велика ни была аудитория, которой адресуется данная передача, телевидение может претендовать на внимание основной массы зрителей лишь во время их досуга<sup>248</sup>.

Весьма уклончивая формулировка Месяцева указала на проблему, лежащую в основе идеи дифференцированной аудитории: учитывая, что телевидение получает массовую аудиторию всего на несколько часов вечером и в выходные дни, нет никакого смысла посвящать эти часы узконаправленным программам. Зачем вкладывать такие средства в инфраструктуру телевидения, если государство не собирается использовать ее для воздействия на максимальное количество зрителей? «Прайм-тайм» Центрального телевидения должен был быть посвящен программам, которые удовлетворяли бы потребности зрителей в развлечениях, но без ущерба для цели влияния на зрителей. Природа этого влияния, однако, может быть определена по-разному: обеспечение «хорошего настроения» для восстановления сил после долгого рабочего дня, удовлетворение выявленного исследователями спроса на своевременные и динамичные новостные программы, наконец, вовлечение зрителей посредством телеигр и музыкальных конкурсов с участием аудитории – еще один способ сделать социалистическое телевидение «активным», не заставляя зрителей выключать телевизоры. В проигрыше оказывались неностные, чисто пропагандистские программы, которые, как стало теперь понятно, предназначались в основном для узкой аудитории профессиональных пропагандистов.

Удивительно, но во многом именно к этому решению в отношении сетки вещания Первого канала пришло Центральное телевидение, начиная с 1968–1969 годов. В вечернем блоке программ, который начинался в 17 часов и заканчивался в 23 часа по будням (по пятницам – в полночь), на чисто пропагандистские, неностные программы – лекции по марксизму-ленинизму и т. п. – отводилось всего полчаса. В расписании 1969–1970 годов, например, эти полчаса приходились на 18:30–19:00: по понедельникам и вторникам они были отведены программе для повышения квалификации профессиональных пропагандистов под названием «Ленинский университет миллионов» (едва ли соответствующим периферийному временному интервалу и узкой целевой аудитории), а по средам и четвергам – передаче «Проблемы сельского хозяйства»<sup>249</sup>.

Начиная с семи часов вечера, когда большинство служащих только возвращались домой, вечернее расписание 1969–1970 годов имело четкую организационную структуру: блок развлекательного контента, обычно для массового зрителя, например фильм, спортивный матч, концерт или телеспектакль; затем «Время» – новая вечерняя программа новостей, сначала транслировавшаяся примерно в 20:30, а с 1972 года – строго в 21:00, когда телеаудитория достигала пика. Затем следовал еще один блок развлекательного контента, часто это была оригинальная программа о кино, спорте, театре или музыке. В первый год ее существования начало программы «Время», как прежде – «Последних новостей», часто сдвигалось, чтобы вписаться в перерыв между таймами футбольного матча или актами оперетты<sup>250</sup>.

В этом широком контексте и были предприняты попытки скоординировать расписание, впрочем, прежде всего с целью сделать его более предсказуемым, чтобы зритель мог найти

---

<sup>248</sup> РГАСПИ-м. Ф. 43. Оп. 1. Д. 40. Л. 42–43.

<sup>249</sup> Сетка передач 1-ой программы ЦТ на 1969–1970 год // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 973. Л. 252.

<sup>250</sup> В апреле 1969 г. глава новостной редакции Н. Бирюков получил выговор за то, что допустил изменение времени выхода информационных программ, включая «Время» (ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 962. Л. 31).

развлекательный контент, наиболее ему интересный. В документе 1968 года изменения в расписании 1968–1969 годов, запланированные на 1969–1970 годы, объяснялись так:

Основная художественная программа вечера 19.00–20.30 часа, рассчитанная на наиболее широкую аудиторию, включает в свой состав произведения разных жанров, но принцип их чередования в новой сетке изменен. Если раньше, например, в понедельник чередовались друг с другом музыкальные телеспектакли, драматические телеспектакли, постановки литературного театра, спортивные трансляции (кинофильмы), то теперь каждому виду и жанру искусства отдан определенный день... Это создает больше удобства для зрителей, улучшает координацию... программ, позволяя избегать одновременной демонстрации передач одного вида (кино, музыка, литература, театр) на разных программах<sup>251</sup>.

Независимо от такой координации различных видов развлекательного контента для массовой аудитории в течение недели, сотрудникам редакции общественно-политических программ была очевидна исключительная сосредоточенность вечернего расписания на новостях и развлечениях. В июле 1966 года главная редакция общественно-политических программ подала официальную жалобу руководству Гостелерадио на исключение ее программ из вечернего эфира. «Мы заинтересованы в том, чтобы общественно-политические передачи собирали наибольшую аудиторию зрителей, охватывали по возможности шире все слои населения: рабочих, колхозников, интеллигенцию и в особенности молодежь», – говорилось в жалобе.

Однако, если внимательно проанализировать действующую сетку 1 программы Центрального телевидения, приходишь к выводу, что передачи общественно-политического характера в большинстве своем имеют такое время выхода в эфир, в которое они могут собрать наименьшее количество зрителей. Самым смотровым отрезком времени на телевидении является отрезок от 19 часов до 22 часов. В это время у экрана собирается самая большая аудитория. Между тем, общественно-политические передачи только за очень небольшим исключением [не] поставлены в этот отрезок...<sup>252</sup>

Если чисто пропагандистские программы не могли транслироваться в вечерний прайм-тайм по будням, то, разумеется, в расписании оставалось много других временных промежутков, куда их можно было поставить. Но, как показывает пример с программами выходного дня, *все* периоды времени, когда ожидалась большая зрительская аудитория, все больше определялись как время отдыха – от работы и, соответственно, от чисто политических сообщений.

---

<sup>251</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 973. Л. 243.

<sup>252</sup> «Об улучшении постановки политической пропаганды по радио и телевидению» – из Протокола № 15 заседания Комитета по радиовещанию и телевидению при СМ СССР от 22 июля 1966 г. // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 892. Л. 226.

## ПРОГРАММА ВЫХОДНОГО ДНЯ: ПРОСВЕЩЕНИЕ ДЛЯ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ

Выходные дни, когда у зрителей было много вариантов отдыха и они не были вымотаны рабочим днем, казалось бы, предоставляли идеальную возможность сосредоточиться на конкретных социальных группах, определенных по роду занятий и вкусам, что давало телевизионщикам больше шансов для реализации противоречивых целей исследования советской аудитории и составления расписания передач. Поскольку телеэфир продолжался весь день, теоретически он мог вместить в себя целевой контент для разных групп населения, включая программы под такими названиями, как «Сельский час» и «Служу Советскому Союзу». Но в выходные к экранам была прикована и массовая аудитория<sup>253</sup>. Сетка вещания конца 1960-х – 1970-х годов говорит о том, что даже в выходные дни сотрудники Центрального телевидения использовали любой временной промежуток, когда у экранов собиралась массовая аудитория, как возможность влиять на нее лишь косвенно, с помощью приятных и популярных программ.

На выходные расписание составлялось так, чтобы отражать распорядок дня зрителей, который, как предполагалось, вращается вокруг отдыха и влияет на восприимчивость к политическим сообщениям. Субботние вечера включали в себя два блока очень популярного развлекательного контента: эстрадные программы, юмор, популярная молодежная телеигра КВН, кино, музыкальная «развлекательная» программа<sup>254</sup>. По воскресеньям больше, чем по будням и субботам, выходило «культурно-просветительских» и образовательных программ, поскольку «воскресенье – второй день отдыха, когда телезрители имеют возможность после определенной „разрядки“ посвятить большую часть своего досуга расширению кругозора, углублению знаний. Тем не менее воскресенье остается днем отдыха, и поэтому в вещательной сетке этого дня предусмотрено достаточное количество художественных передач...»<sup>255</sup>

Субботние и воскресные образовательные и общественно-политические программы тоже разрабатывались таким образом, чтобы быть максимально привлекательными для всех зрителей. Как отмечалось в отчете НМО за 1972 год, хотя образовательные программы и составляли большую часть воскресной сетки вещания (16,5% от общего объема вещания по воскресеньям против 8,6% по будням и 7,5% по субботам), но социально разнообразная аудитория выходного дня предполагала, что все эти программы должны быть доступны и интересны любому зрителю. Они создавались «в занимательной, доступной самым различным слоям телезрителей форме», что неизбежно ограничивало их содержание. Большинство этих воскресных «образовательных» программ были настолько увлекательными и затрагивали настолько интересные для зрителей темы, что стали одними из самых популярных (и до сих пор вспоминаемых с нежностью) передач советского телевидения 1960–1970-х годов. Среди примеров «образовательных» программ в отчете перечислены «Музыкальный киоск» и «Кинопанорама», в которых сообщались новости о современной музыке и кино и транслировались выступления и интервью известных исполнителей, а также «Клуб кинопутешественников», в котором демонстрировались короткометражные фильмы о жизни и географии зарубежных стран. По воскресеньям эти передачи перемежались музыкальными программами, в которых чаще звучала популярная, а не классическая музыка, и детскими программами, также весьма популярными у зрителей<sup>256</sup>.

Более того, даже такие программы, как «Сельский час» и «Служу Советскому Союзу», содержащие прямые пропагандистские послания и явно ориентированные на политически

---

<sup>253</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 3. Д. 412. Л. 5.

<sup>254</sup> Сетка передач 1-ой программы ЦТ на 1969–1970 год // ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 1. Д. 973. Л. 252.

<sup>255</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 48. Д. 115. Л. 9.

<sup>256</sup> Там же. Л. 10.

важную, принадлежащую к рабочему классу аудиторию, были сделаны таким образом, чтобы привлечь и удержать даже не входящих в целевую группу зрителей. Например, в «Сельском часе» делались частые вставки с народными песнями и танцами, которые, судя по письмам зрителей, нравились городским жителям не меньше, чем колхозникам<sup>257</sup>. А в программе «Служу Советскому Союзу» был длинный сегмент, посвященный письмам телезрителей и песенным заявкам, присланным военнослужащими или их семьями (эта тактика привлечения аудитории уже была популярна и на радио в Великобритании и США). К концу 1970-х годов практика чередования «серьезного» контента с выступлениями экранных и музыкальных знаменитостей стала настолько распространенной, что получила на профессиональном сленге телевизионщиков специальное название: «слоеный пирог»<sup>258</sup>

---

<sup>257</sup> ГАРФ. Ф. 6903. Оп. 36. Д. 41. Л. 9–10.

<sup>258</sup> Штикалов А., Владимиров В. Повышать качество работы // Журналист. 1979. № 7. С. 2–3, 6–7.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.