

ГЛАВА 6

СОЦІОТВОРЧІ НАРАТИВИ АВТОРСЬКИХ ТЕЛЕПРОЄКТІВ НОВОЇ ДОБИ

Алла Бахметьєва

Відсутність яскравих авторських програм, особливо культурологічного спрямування, на сучасному регіональному телебаченні відзначають і глядачі, і дослідники. Перевага інформаційно-аналітичного та неперсоналізованого (форматного) контенту цілком задовольняє сьогоденні політичні та комерційні вимоги власників телеканалів, а функції локального телебачення дещо звузилися. Поступаючись новітнім медіа за кількісним складом молоді та середньовікової аудиторії, телебачення, на нашу думку, втратило і «якісні» характеристики свого глядача, адже відеоконтент, який би спонукав аудиторію до самоорганізації та саморозвитку, регіональні мовники пропонують дуже рідко.

Потужне продукування соціотворчих наративів, притаманне телебаченню початку доби незалежності України, було зумовлене низкою чинників, головними з яких були трансформація політичного устрою, зростання інтересу до історії та національної ідентичності, відміна цензурування, у тому числі й телевізійного, театрального, літературного та музичного контенту тощо. Суспільство переосмислювало цілі віхи життя та розвитку країни, поряд із укоріненими протягом десятиліть радянськими догмами створювалися нові смисли, які гуртували певні спільноти. Функція соціального інжинірингу, притаманна вітчизняним масмедіа тієї доби, повною мірою реалізувалася в локальній площині.

Мода на ретронаративи, або В пошуках аналогового контенту

Вибір за об'єкт дослідження програм локальних студій телебачення кінця ХХ – початку ХХІ ст. обумовлений прагненням зафіксувати в емпіричному науковому обігу певний обсяг телевізійного контенту, який фізично зник як об'єкт матеріальний. Сучасні комунікативісти рідко обирають регіональну медійну продукцію для дослідження, адже, зрозуміло, хочеться вивчати щось нове й прогресивне, світової тренди, які будуть ще довго актуальними, аніж порпатися в «нафталіні» минувшини. Таким чином, телепрограми, які мали великий вплив на формування світогляду наших земляків на зламі століть, зникли з історії розвитку регіонального телебачення разом із аналоговим форматом відеозапису та технічними пристроями для їхнього відтворення. Унікальність телевізійного контенту 20–30-ти річної давнини видається сучасникам сумнівною, наче, ми всі його добре пам'ятаємо, для того, щоб досліджувати, а відцифрувати — й поготів. Та з прикрістю маємо констатувати: навіть за бажання, диджиталізувати старі архіви телестудій буде складно не тільки

А. Бахметьєва
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
Дніпро, Україна
bakhmetieva_a@fszmk.dnu.edu.ua

через фінансові витрати — магнітні стрічки відеокасет SVHS та Betacam давно «посипалися», їх не архівували й не каталогізували на каналах, і тільки дехто із авторів телепрограм зміг вчасно зберегти свої роботи.

І тут вбачається сумна історична закономірність: як у 1990-ті Дніпропетровська обласна студія телебачення позбувалась унікального архіву кінохроніки 1960–70-х рр., що лежала «мертвим тягарем», так і сьогодні покоління «цифрових» телевізійників не цікавий аналоговий контент. І причиною тому є не тільки вихід з обігу спочатку кінотехнології, а потім — магнітної стрічки. Йдеться, скоріше про нові смисли, ідеї, стилістику телевізійного мовлення, нові теми, сучасні постаті.

Але маємо констатувати, що мода на ретростиль позначилася й на медійному контенті, і раптом чорно-білі фото 1970–1990-х заповнили сайти, що ностальгують за радянським минулим. А випускниці 2020-х на Свято останнього дзвоника стилізують свої сукні під шкільну форму 40-річної давнини, навіть не уявляючи, наскільки естетично травмованими були дівчата, які щодня протягом 10 років носили ту саму коричневу сукню. І шкільні вальси в такому вбранні крутять канали, які належать провідникам прорадянської ідеології, навіть не замислюючись, що в ті роки у платтях такої довжини й на поріг школи не пустили б. Саме на цьому тлі й варто розглядати соціотворчу місію авторських телепроектів, адже вони унаочнюють реальні здобутки нашого суспільства на межі двох систем у часи становлення державної незалежності та формування нової генерації української спільноти. Принагідно відзначимо, що всі аналізовані в цьому дослідженні авторські програми 1990-х рр. виходили в ефір російською мовою.

На початку 1990-х рр. телебачення забезпечувало право, підтримувало бажання і надавало унікальну можливість масовому глядачеві цікавитися різними темами, напрацьовуючи наративи нової епохи та відновлюючи в колективній пам'яті не повністю стерті цінності минулих століть: від релігійних (і це вже не «опіум для народу», а «повернення до духовності») до маскульту і маргінальних течій (і це не «падіння нравів», а «свобода пошуку себе»). Але на відміну від сучасної технології продукування наративів у соціальних мережах, де масова аудиторія здебільшого «рефлексує на рефлексію», тобто споживає вже «відображений» культурний продукт, глядацька аудиторія 1990-х років створювала нові сенси разом з істориками, священниками, рок-музикантами й митцями як провідниками певних ідей, тож інтерпретація базувалася на оповідях та експертних оцінках фахівців.

Виключного значення у створенні цікавих телевізійних проектів в той період набуває особистість автора. Здебільшого автор є і ведучим, і розробляє загальну концепцію програми та пише сценарій кожного випуску, запрошує гостей, добирає сюжети тощо. Аналізовані нами телепрограми характеризуються саме глибоким зануренням в тему їхніх авторів-ведучих. Враховуючи обмеженість інформаційних джерел для розкриття обраної проблематики у 1990-ті рр. (архіви тільки-но ставали доступними, науковці писали перші роботи з досліджуваного нами кола питань без детермінації комуністичною ідеологією, доступу до закордонних джерел ще не було), успіх програми базувався на кількох чинниках, які доповнювали один одного. По-перше, це інкорпорованість ведучого в певну спільноту, що робило його «своїм» для цільової аудиторії прихильників програми та експертом, який заслуговує на довіру, у глядачів, прихильність яких варто було завоювати. До прикладу, Віктор Борщевський, який робив авторські програми про музику «Данді» та «Крокодил» на «Приват-ТБ Дніпро», сам був барабанщиком у рок-гурті «Австралія», а потім «Асмодей». Олег Ростовцев, ведучий програми «В наше время», з 1999 р. є членом правління єврейської общини Дніпра (тоді — Дніпропетровська), директором пресцентру общини.

По-друге, це захоплення темою та пошуки нестандартного інструментарію для її втілення на екрані. Таким прикладом може бути програма «Перспектив» Наталки Рекуненко. Відсутність візуального матеріалу для ілюстрації сторінок з історії Катеринославу спонукало авторку вдаватися до оригінальних ідей, які на той час не були широко вживаними на регіональному телебаченні. Зокрема, Павло Федосов (в ті часи координатор новин на 11 каналі) створював ілюстрації до певних сцен, про які йшлося в програмі. Мальовані олівцем, ці ілюстрації мали віддалену схожість із «судовими замальовками», які й донині використовуються в американських та британських ЗМІ, що також додавало відтінку «давнини» розповідям про дореволюційний Катеринослав. До того ж сама авторка робила інсценування історій, віднайденіх в газетах XIX ст.

Особлива робота з фактичним матеріалом, притаманна авторським проектам, персоніфікований підхід до відбирання тем і героїв, міксування різних жанрів та пошук оригінального способу подачі

контенту — усе це відрізняло досліджувані нами телепрограми від традиційного контенту, до якого звик телеглядач 1980-х рр. На наш погляд, одним з факторів, який визначав потужний вплив досліджуваних авторських програм на формування нових смислів, був молодий вік нової хвилі журналістів, які прийшли на телебачення в ці роки, адже вони разом із суспільством шукали нові смисли особисто для себе, трансформуючи їх через особистісне несприйняття старої ідеології та власний досвід. Д. Матісон, аналізуючи телебачення як наратив та досліджуючи наповнення його змістом, розглядає «наратив не як щось постійне, наявне, а як те, чого досягають через текст і що, відповідно, є риторичним досягненням людей у певних контекстах. Це не бібліотека базових типів історій, це спосіб говоріння. Через нього ми акцентуємо увагу на тому, що наративи — це <...> “моделі соціальної дії”. Тобто йдеться про активний параметр упорядкування, трансформації і співвіднесення, реалізований через історії, які ми отримуємо із медіа» (Матісон, 2013, с. 125).

«Повернення до духовних джерел»: стрімка популярність релігійного наративу

Телевізійний контент із релігійної та культурної тематики на локальних студіях означеного часового проміжку заслуговує на окреме дослідження. Завданням нашої розвідки є радше демонстрація певних тенденцій, ніж детальний опис «телевізійного меню» глядача, що прагнув саморозвитку. Духовне відродження та відновлення національної ідентичності відбувалося не лише у титульній нації, ці процеси набули активного розвитку в усіх національних громадах. Природно, що підґрунтям для них слугувала свобода віросповідання, яку отримали після проголошення незалежності України народи, які мешкали на її теренах. У суспільстві та медіа цю проблематику активізували низка указів та розпоряджень, виданих протягом 1992–1997 рр. президентами України Леонідом Кравчуком та Леонідом Кучмою, які регламентували повернення релігійним організаціям культового майна, що використовується не за призначенням, зокрема й того, що знаходиться в розпорядженні регіональних органів влади.

Найактивніше відроджується православна церква: будуються нові храми та передаються у володіння релігійних громад споруди, які належали їм до Жовтневої революції 1917 р. (точніше — до видання в січні 1919 р. декрету «Про відокремлення церкви від держави і школи від церкви», згідно з яким усе майно релігійних общин оголошувалось народним надбанням). Єврейська громада, також численна в Дніпрі та традиційно заможна, відновлює і будує синагоги, Жіноче педагогічне училище «Бейт-Хана», пізніше — культурно-діловий центр «Менора», де починають проводити обрядові служби, відзначають національні свята, знакові події. Римо-католицька парафія Дніпра, зареєстрована у 1992 р., також заявляє свої права на римо-католицький костел святого Йосипа, що був зведений на центральному проспекті міста 1877 р. У відстоюванні майнових прав вірян активно підтримують державні, культурні та релігійні інституції Польщі й особисто Папа Іоан Павло II, і як результат — у серпні 2009 р. костел передано парафіянам. З'являються молитовні будинки у мусульман, адже Катеринославську соборну мечеть було передано мусульманській громаді лише у 2018 р. Усі ці історії активно висвітлюються регіональними телекомпаніями як у випусках новин, так і в численних студійних інтерв'ю та дискусіях.

Український відомий комунікативіст Георгій Почепцов, розглядаючи наративи, на яких тримається журналістика, наголошує, що вони мають задавати «системне уявлення про світ» (Почепцов, 2014, с. 336). Саме таку систему завдяки наративам, пов'язаним із відродженням релігійних общин («повернення до духовних джерел», «вірування наших предків», «право на свободу віросповідання», «традиції нашого народу»), формували на початку 1990-х рр. локальні медіа, включно з телебаченням.

Інформаційні сюжети про релігійні свята стали обов'язковими в усіх випусках новин регіональних студій. Звісно, переважали оповіді про православні свята. Однак інформаційним приводом для журналістів ставали й найбільші свята для католиків, юдеїв, мусульман. Це були сюжети про традиції та обряди, народні прикмети, де суто релігійний контент переплітався із прадавніми віруваннями. При цьому виступ православного священника міг супроводжуватися розповіддю кореспондента про ворожіння та інші обрядові дохристиянські звичаї, які церквою активно засуджувалися. Проте подібний контент був дуже популярним у міського глядача, адже ці традиції були майже викорінені у великих промислових містах. Експертами в інформаційних сюжетах, окрім служителів церкви, виступали історики, етнографи, збирачі фольклору, а також родини, які зберегли традиції для нащадків.



Рисунок 1. Єврейська телевізійна програма «В наше время» — «Алеф» та її автор Олег Ростовцев

Визначаючи сутнісні ознаки нарративу, Г. Почепцов відзначає, що це «віртуальний продукт, який при передачі стає продуктом інформаційним, а направлений він на стимулювання конкретних реальних дій. Наратив створює напругу, яка допомагає перейти до дій» (Почепцов, 2014). Нові наративи, пов'язані з релігійною тематикою, дійсно виконують свою соціотворчу місію і спонукають до фізичних дій — і ось вже комуністи із 20–30-річним партійним стажем, стиснувши в кишені жменьку обдертого зерна (де ж міським знати, що воно не проросте), йдуть посівати на врожай на 9-му поверсі багатоповерхівки; освячення пасок триває майже цілодобово, бо міські не поспішають на вранішній молебень, а священникам про таку щедрю паству щодня годі й мріяти; пізніше — показові пірнання на Водохреща не вважаються освяченими без лайків в соцмережах.

Від піднесення сакральної обрядовості до вад масового культу — менш як 20 років, разом з тим це повною мірою відповідає моделям комунікативного акту, в яких при передаванні повідомлення між адресантом і адресатом неодмінно враховується контекст, код та форма контакту між ними. Люди в процесі комунікації ніколи не поділяють єдиний код, особливо коли йдеться про масову комунікацію, і в результаті декодування завжди буде розбіжність. За Ю. Лотманом, залишок, який не перекладається повністю, забезпечуватиме більш чи менш значущий приріст інформації в процесі комунікації (Лотман, 1992).

Унікальним явищем на регіональному телебаченні Дніпропетровщини, яке унаочнює посткомунікативний позитивний надлишок інформації, стала щотижнева єврейська програма «В наше время» (з часом — «В наше время — Алеф», «Алеф»), перший випуск якої вийшов у січні 1995 р. Вона була однією з перших програм новоствореної телекомпанії «Приват ТБ — Дніпро». Вважаємо, значення цього авторського проекту в продукуванні мови толерантності та формуванні шанобливого ставлення дніпрян до різних національних меншин ще отримає гідну оцінку, адже маємо різні приклади міжетнічної взаємодії в новітню добу.

Як наголошує незмінний автор і ведучий Олег Ростовцев:

Ідея назви взята з циклу оповідань Ернеста Гемінґвея «In our time». Спочатку була ідея, щоб були цикли національних програм: єврейської, вірменської, азербайджанської, православної (греко-католицької та римо-католицької), — тобто цикли про розвиток національного та релігійного життя в наш час. Були кілька випусків православної та вірменської програми, але вони не стали регулярними (Ростовцев, 2021).

Програма «Алеф» щотижня незмінно стояла в сітці регіонального мовлення протягом 26 років.

Життя общини в 1990-ті рр. було набагато різноманітнішим і насиченішим, ніж зараз, — запевняє Олег Ростовцев. — Багато подій в культурному житті єврейської громади відбувалося вперше, це було дуже важливим. Потім великі спектаклі і концерти стали звичними, активно створювалися і набували популярності місцеві творчі колективи.

Авторський телевізійний проєкт «В наше время» — «Алеф» послідовно втілював ідею формування єдиної політичної української нації, де рівноправно розвивається культурна і релігійна ідентичність усіх общин.

Але з часом єврейське культурне та світське життя (з початку 2000-х рр.) стало менш активним, на перший план вийшли інфраструктурні, освітні, релігійні та соціально-гуманітарні проєкти. На думку Олега Ростовцева, у 2000-х рр. програма, як і життя общини, стала іншою, стало менше розповідей про події — більше розмов, вона трансформувалася з інформаційної в аналітичну, навіть культурологічну.

З'явився формат «Гість в студії», який за останнє десятиліття став панівним. До нас приїздили видатні люди: Надзвичайні й Повноважні Посли Держави Ізраїль, видатні українські історики, цікаві гості з різних країн. Це було цікаво й важливо з огляду на формування української єврейської ідентичності, як вона унаймається в нашому суспільстві, в нашому місті.

На думку журналіста, сьогодні відбувається розділ єврейської ідентичності на кілька сутностей:

На наших очах зникає «радянський єврей», змінюється лексика й навіть інтонації — загалом радянський наратив зникає, і я радий цьому. Багато хто йде в суто релігійну площину, їм однаково де молитися, жити й працювати: в Дніпрі чи Відні, Чорногорії чи Тайланді. Є ті, хто ототожнює себе як частину єврейської діаспори із центром життя і душою в Ізраїлі. Але з'явилася й група українських євреїв, яка потроху зростає, але поки не є визначальною. Це євреї, які вважають Україну не просто місцем проживання, а вони вважають, що разом з іншими народами вони будують єдину, соборну і самостійну Україну, вважають себе частиною політичної української нації.

Гадаємо, наведене спостереження автора вичерпно характеризує значення його проекту в процесі формування національної ідентичності дніпрян різних етнічних груп, позаяк і формування загальнополітичної української нації, об'єднаної державницькими ідеями.

Історія через історії: розповіді про людей, вулиці й проспекти

Говорячи про формування нових наративів авторськими телепроектами 30-річної давнини, принагідно варто зауважити, що старі радянські смисли й досі активно циркулюють в медійних оповідях, найактивніше — на телебаченні, де цільовою аудиторією залишаються їхні носії. Підтримувана певними політичними силами, прорадянська риторика й досі приносить дивіденди, адже для зміни глибоко вкорінених наративів має змінитися покоління носіїв цих смислів. Наталя Яковенко, професорка Національного університету «Києво-Могилянська академія», справедливо вважає, що відповідальність за формування комунікативної пам'яті варто розділити між журналістами й істориками. Адже вони разом формують «систему таких сенсів, знакових для певної спільноти, яка сприймається її членами за обов'язковий набір цінностей, що забезпечує “адекватність” повсякденної поведінки. Цей “набір” можна назвати комунікативною пам'яттю або комунікативним кодом культури, і в його постанові неабияку роль відіграє щоразу нова, на виклик часу, інтерпретація/сприйняття “нашого” минулого» (Орищина, 2017).

Наприкінці 1980-х спостерігався значний інтерес містян до історії Катеринослава без нашарування ідеологічної складової. Протягом радянської доби історія міста в межах краєзнавчих розвідок досліджувалася з акцентами на робітничому революційному русі та героїчній добі Другої світової війни. Саме ці теми й давали інформаційні приводи для розповідей на телебаченні. Також на канву імперських наративів дуже слушно лягала історія заснування Катеринослава у 1778 р. імператрицею Катериною II та роль князя Потьомкіна в освоєнні (читай — колонізації) півдня Російської імперії. Натомість суспільні трансформації збудили інтерес фахових істориків та пересічних дніпрян до історії поселень козацької доби та до розвитку міста в XIX ст.

У засобах масової інформації 1990-х рр. були дуже популярними матеріали про буденне життя містян сторічної давнини: з цих історій вже було зняте тавро буржуазності та міщанства, вони були оповиті флером старовини, а інформацію можна було знайти лише в архівах та бібліотеках, де збереглися підшивки місцевих газет того часу.

У 1998–2001 рр. на 11 телеканалі був започаткований авторський проєкт Наталки Рекуненко «Проспект» (із 2005 р. журналістка продовжувала його на каналі ІРТ під назвою «Проспекти і вулиці», пізніше — «Проспект» на 34 каналі). Спочатку програма замислювалася творчою групою як комерційна, а журналістська складова мала додавати привабливості платному контенту.

Від початку заснування програма не наслідувала просвітницьких ідей, вона мала розповідати про магазини чи ресторани, які розташовувалися в тій чи іншій старовинній будівлі на центральному проспекті, а для привабливості цієї теми для глядачів я розповідала про архітекторів, колишніх власників, вишуквала в старих газетах розповіді про цікаві події, що були так чи інакше пов'язані з ними, — згадує авторка проєкту Наталка Рекуненко. — Наприклад, нещодавно переглядала сценарій, що зберігся у мене з тих років. Це була програма, присвячена будинку В. Хрінникова, нині готель «Україна». Але комерційних випусків було небагато, тож проєкт перейшов у культурологічну площину, і просвітницький, пізнавальний контент став основний. Мені було цікаво вивчати історію Катеринослава. Серед краєзнавців, за роботами яких я писала сценарії та розповіді, були Михайло Шатров, Максим Кавун, Валентин Старостін, Микола Чабан... Багато працювала в краєзнавчому відділі Дніпропетровської обласної універсальної наукової бібліотеки, в науковій бібліотеці Дніпропетровського національного історичного музею ім. Д. Яворницького, там ознайомилася із роботами Дмитра Яворницького, Володимира Машукова.



Рисунок 2. Малюнки Павла Федосова до програми «Перспект»

Таким чином, масовий глядач дізнавався про історію рідного міста, про суспільне життя, технічний прогрес, побутові подробиці. У випуску програми про історію будинку Головопоштапту, зведеного в 1904–1905 рр. за проектом архітектора В. Бочарова, авторка досліджувала всю історію розвитку пошти й телеграфу в Катеринославі, від першої «Вільної поштової станції» на вул. Дворянській (нині — Князя Володимира Великого).

Як зазначила журналістка, вона прагнула «навчати розважаючи», тому, розповідаючи про перебування в Катеринославі Олександра Сергійовича Пушкіна, до сценарію включалися як історично доведені факти та уривки з листування, так і непідтверджені історії про епатаж столичним модником провінціальної публіки напівпрозорими панталонами. Таким чином, міські легенди 1820 р., віднайдені через 170 років, продовжили своє життя й у сучасних медіа. Сьогодні на кожному інтернет-ресурсі, де йдеться про коротке перебування поета у «відрядженні» в нашому місті, читач знайде цю історію. Зрозуміло, без посилання на джерела і без припущень, що це може бути вигадкою, на відміну від «Перспекту», де зазначалося, що правдивість цієї легенди не доведена.

Мені самій було цікаво пізнавати, читати і переповідати глядачам. Для мене самої це був екскурс у минуле. Зрозуміло, що в працях того ж Михайла Шатрова, до прикладу — «Місто на трьох пагорбах», багато белетристики, дуже багато ідеологічних нашарувань. Але в будь-якому разі мало хто читав ці краєзнавчі роботи, тому я їх переказувала, — говорить Наталка.

Історії будинків не такі цікаві масовому глядачеві як історії людей, тому потім акценти змістилися на розповіді як про видатних особистостей тих часів, так і просто про цікаві події з буденного життя, історії про кохання. До речі, в газетах 1890–1910-х рр. було багато кримінальних історій, вони називалися «фельетонами». За прикладом Кирила Набутова та його документального циклу «Історія одного пострілу», я переповідала історії сторічної давнини, про які читала в газетах, потім шукала підтвердження цих подій та додаткові обставини в обласному архіві. До речі, зауважила, що і тоді журналісти прикрашали або драматизували події, знаходила багато невідповідностей у газетах.

Цікавим новаторським підходом в програмах Наталки Рекуненко були часткові інсценування газетних історій, чого на той час ніхто на локальному телебаченні не застосовував. Для візуального супроводу розповідей було обмаль відео, тому крім інсценування та певної стилізації широко



Рисунок 3. Зйомка заставки до програми програми «Перспект з Єкатериною Славською», яка виходила на 34 каналі у 2004 р. Авторка Наталка Рекуненко, оператор Ігор Вусик

використовувалися замальовки за мотивами газетних публікацій. Як ми вже зазначали вище, автором цих малюнків був координатор новин 11 каналу Павло Федосов, він створював ескізи, які потім стилізувалися під старовину. Відеоряд на уривках, у яких інсценувалися давні події, також оброблявся фільтрами під плівку кінохроніки із додавання коричневого кольору, властивого старим світлинам.

Загалом, аналізуючи на відстані кількох десятиліть внесок, який зробила програма «Перспект» для формування образу Катеринослава, варто зазначити, що саме цей телевізійний контент вперше відтворював та унаочнював для містян великий відрізок історичного минулого, який суворо цензурувався в радянські часи. Через ідеологічну «невідповідність» політичні діячі, представники місцевого самоврядування, спадкові дворяни, промисловці, представники бізнесових кіл, науковці, митці — усі, хто відігравав виключну роль у його бурхливому розвитку в XIX ст., були невідомі широкому загалу через їхню належність до класу буржуазії, ворожого пролетаріату. Олександр Поль, Андрій Фабр, Олена Блаватська, Олена Ган, Іван Синельников — ці прізвища, добре відомі нині, поверталися в публічну історію сучасного Дніпра саме у 1980–1990-х рр. Авторці проекту вдалося поєднати в цілісну візуалізовану розповідь мемуари, уривки з літературних творів, розрізнені історичні розвідки, архівні довідки, газетні матеріали, фотографії. Було б несправедливим не відзначити, наскільки органічним був образ самої Наталки та стиль її мовлення в програмі «Перспект».

Металеві ноти міста металургів: програми «Арсенал» і «Крокодил»

Індустріальний Дніпропетровськ був оспіваний в радянських хітах як «місто-труженик» і «місто сталеварів», про ракетобудівні підприємства тоді ще не можна було говорити. «Космічна столиця України» — це також новий наратив 1990-х, але в цьому дослідженні йтиметься про метал, а саме — heavy metal. Рок-музика й увесь пласт субкультури, пов'язаний з нею, у радянські часи були заборонені, але у 1980-х платівки з записами потроху просочуються крізь кордон разом із джинсами та іншими ознаками західного стилю життя. І молодь, в захопленні від heavy metal, його естетики та способу самоідентифікації через музичний протест, формує нову спільноту зі своїми кумирами, сленгом, стилем, своїми точками тяжіння в місті. Зрозуміло, що професійні музиканти й талановиті аматори, наслідуючи західних виконавців та об'єднавшись в гурти, пробували виконувати відомі рокові композиції та створювати власні музику й тексти.

За словами Володимира Федорова, автора й ведучого програми «Арсенал» на 34 каналі, в 1990-ті рр. в нашій області було кілька десятків рок-гуртів різного професійного рівня і ступеня популярності:

Тоді в Дніпрі було дві незалежні асоціації, які об'єднували рок-виконавців, і вони конкурували між собою настільки, що представники однієї ходили на ефіри тільки на 34 канал, в програму «Арсенал», а представники іншої — тільки на 9 канал, в програму «Крокодил» Віктора Борщевського (псевдонім — Данді).

Я був абсолютно захоплений меломан зі школи, у мене була величезна колекція платівок і касет. Я був настільки обізнаний з історії західних рок-гуртів, музикантів 1960–1980-х рр., що знав напам'ять, коли вийшов який альбом, хто в якій групі грав, з якого по який рік. Я постійно проводив час на «Музичній біржі», в парку культури ім. В. Чкалова (нині — Л. Глоби), саме там меломани обмінювалися платівками, касетами, інформацією, там можна було щось придбати, хоча це було суворо заборонено законом. Саме звідти я «виріс», — пояснює свій телевізійний тематичний вибір Володимир.

Його перша музична авторська програма «Друге небо» виходила на 34 каналі з липня 1994 р., загалом вийшло 13 випусків. Після неї, до кінця 1996 р., Володимир Федоров робив програму «Арсенал», а в 1997 р. почав робити програму «Втіха» («Потеха») у співавторстві з Володимиром Немировським та Яном Марковським. Остання вже задумувалася як щотижневий культурний огляд і відійшла від суто рокової тематики.

Програма ж «Арсенал» була присвячена виключно рок-культурі нашого міста, вона мала постійний час виходу в ефір — ввечері щопонеділка, із повторенням у вихідний.

Загалом, у мене була ідея показувати «іншу» музику, відмінну від трансльованої центральними телеканалами, — згадує Володимир. — Тоді дніпропетровські рок-музиканти сильно виділялися в натовпі містян. Це сьогодні ми звикли до яскравих образів, а тоді подрані джинси, довге волосся у чоловіків, металеві перстні — все це кидало виклик суспільству, декларувало право молоді на «інакшість». Тож ми, по-перше, давали можливість глядачеві познайомитися із роковою культурою міста — вона, дійсно, була дуже крутою, проходило багато концертів, було багато прихильників серед молоді. Відомостей про рок-виконавців, рок-гурти в інформаційному полі України не було, то була «підпільна» культура в радянські часи, а в 1990-ті рр. ми знали лише московські й пітерські рокові клуби, а про те, що у нас є не менш цікаві артисти та групи, ніхто й не здогадувався.

По-друге, ми давали інформацію про концерти, які відбуватимуться, робили сюжети з цих концертів, записували інтерв'ю з зірками та глядачами. Для останніх це також було несподіванкою, адже тоді побачити себе по телевізору, дійсно, було дивиною. По-третє, ми робили перші кліпи для рокових груп. Сьогодні вони, звісно, виглядали б примітивно, але це було першим подібним телевізійним продуктом регіональних студій, — згадує Володимир.

Рок-гурти «Рассвет», «Восток», «Асмодей», «Я и друг мой Грузовик», «Тіні» — були постійними гостями телевізійних проєктів. Також відмінністю від сучасної рок-тусовки були яскраві фестивалі, які здебільшого проводилися за містом, на турбазах, у них брали участь як відомі українські, так і дніпропетровські гурти.

Ідеєю моєї програми було довести, що існує не тільки сірість та буденність «совкової» музики, а є інша музика, інші захоплення, інша культура, — говорить Володимир Федоров. — Ми передусім пропагували свободу, ми говорили глядачеві: ти можеш носити довге волосся, інший одяг, ти достатньо вільний, щоб вирізнятися з натовпу, слухати не тільки «Пісню-85», а й іншу музику, зокрема рокову. Ми давали можливість нашим місцевим музикантам показати, що вони також цікаві глядачеві, вони грають класну музику, вони мають свою ідеологію, культуру.

Захоплення важким роком як форму протесту для пострадянської молоді визначає й інший знаковий ведучий на регіональному телебаченні 1990-х Володимир Борщевський. Він обережніший в оцінках масштабів захоплення роком:

У ті роки в нашому місті та області було близько 10 відомих рок-гуртів, а загалом — 25–30 груп різних стилів і віку. Асоціація важкого року об'єднувала виконавців з Дніпра, Кривого Рогу, інших міст області. Рок був музикою бунтарів, способом самовираження. Саме культура визначає настрої та світогляд суспільства, особливо молоді. На жаль, сьогодні такого духу єдності немає ні серед музикантів, ні серед фанатів.



Рисунок 4. Рок-гурт «Асмодей», 1997 р., перший ліворуч — Віктор Борщевський, автор і ведучий програм «Данді» і «Крокодил»

Сам Віктор музикою захопився під час служби в армії, там навчився грати на тромбоні та ударних, освоїв принципи оркестрування, нотну грамоту, що у майбутньому цінувалося музикантами рок-гуртів «Австралія» та «Асмодей», в яких грав Данді. «Я випадково потрапив на репетицію рок-гурту, послухавши хлопців, запропонував кілька варіантів оранжування, які сподобалися. Мені запропонували грати на ударних», — згадує він. Тож як автор і ведучий двох музичних телепроектів, Данді був «своїм» для музикантів, яких запрошував у студії, кумиром для глядачів-шанувальників року та професіоналом — для тих, хто хотів з його програм дізнатися більше про життя міста в царині альтернативної музики.

Процес формування рокового культурного простору, дійсно, мав потужну підтримку з боку суспільства. Молода аудиторія, тоді ще прихильна до телебачення як медіа, активно відвідувала концерти, їздила на фестивалі, наслідувала кумирів в одязі й зачісках — і це створювало чудове середовище для ретрансляції наративів не про «альтернативну музику та альтернативну культуру», а про «рок-музику та рок-культуру, рівну з іншими, а то й крутішу за інші стилі». У майбутньому це сформувало підґрунтя для органічного співіснування в медійному та загалом суспільному комунікативному просторі всіх інших течій: з'явився інді-напрямок, потім рейв-культура, лаунж тощо. Суспільство не просто відійшло від одноманітності, зокрема й у музиці, а дозволило індивідуумам бути унікальними, несхожими, мати власні погляди й смаки, відмінні від інших, вирізнятися в усьому.

Усе буде «Тіп-топ», або Гламур перемаже

Авторська програма «Тіп-топ» Оксани Немировської також є старожилом на регіональному телебаченні Дніпра, як і проєкт Олега Ростовцева. Перші випуски молодіжної програми з'явилися в ефірі 34 каналу ще тоді, коли Оксана була студенткою 2-го курсу факультету систем і засобів масової комунікації, у 1992 р. Передусім варто зазначити, що програма проіснувала в телеєфірі 30 років, що на сьогодні є рекордом для авторських проєктів нашого регіону. Спробуємо розібратися в секреті «живучості» слоганів від Оксани Немировської «Живіть модно!» та «Все буде тіп-топ!».

Авторка сама себе називає «людиною-оркестром» через те, що вона виступає в ролі журналістки, продюсерки, авторки текстів, ведучої, бухгалтерки, редакторки, стилістки та водійки. Програма виходила в ефір двічі на місяць з повторами і мала хронометраж 45 хв. Серед рубрик, які варто виділити в межах нашого дослідження, популярними стали «Модний калейдоскоп» (пізніше — «Фешн»), «Нічне місто» та «Музичний bubble gum» (при цьому остання вимовлялася за модою 1990-х як «Музыкальный бубль-гум»). Саме ці складники програми «Тіп-топ», на наш погляд, є показовими для розуміння процесу формування в молодіжній спільноті культу красивого життя й гламуру та продукування відповідних наративів, які підтримували цей культ.

Від початку створення програми я одразу взяла за девіз «Живіть модно!», а за назву — сленговий вислів американської молоді «тіп-топ», що означає все відмінно, все добре, найвищий ступінь крутизни, — говорить Оксана. — Кожна рубрика мала нести позитив. Жити модно — це не тільки про зірок, не тільки про тусовки й одяг. Це стан душі, адже ми оточуємо себе гарними речами, приємними подорожами, дизайнерськими інтер'єрами тощо. Я ніколи не відходила від цієї ідеї та вважаю, що людина завжди буде прагнути красивого й безтурботного життя. Сьогодні такі красиві картинки нам дає інстаграм, і ми ставимо їм вподобання, не замислюючись, що стоїть за ними.

Успіх авторського проєкту Оксани Немировської, дійсно, можна вбачати й у відмові від негативу. Скасування наприкінці 1980-х цензури на телебаченні мало як позитивний бік, так і зворотний, негативний. На непідготовленого глядача з екрана телевізора полилося одразу стільки політичного бруду, криміналу, крові, депресивних новин, що витримати це було нелегко. Раніше все погане було «на капіталістичному Заході», аж раптом це «позбавлене духовності прагматичне життя, присвячене гонитві за грошима» стало ідеалом для молоді (і не тільки).

Наприкінці 1980-х у сіру радянську буденність увірвалися конкурси краси: вони проводилися в кожному місті, молоді дівчата шикувалися на кастинги, а діамантова корона першої красуні стала найбажанішим досягненням для кожної дівчинки. Переможниці конкурсів в один момент ставали медійними зірками, їм присвячувалися розлогі інтерв'ю в газетах, сюжети в новинах та окремі телепрограми. «Американська мрія» стала новим наративом, за яким звіряло свої прагнення і поведінкові моделі ціле покоління.

Молоді люди більше не хочуть бути «будівельниками світлого майбутнього», вони хочуть отримати від життя все й одразу. Конкурси краси, модельні агенції, нічні клуби, фешн-покази,



відкриття казино, стильні ресторани, круті вечірки — про все це глядач дізнається із програми «Тип-топ». І ведуча дуже органічна в цьому проєкті: вона сама живе модно, постійно відвідує тусовки й нічні клуби, підбирає наймодніший одяг і зачіски. Вона не наслідує моду, вона диктує її глядачам. Сукні, «як та, що була на Немировській», швидко розпродуються в бутиках, і навіть співведуча Багт — австралійський шовковистий тер'єр — у програмі «Тип-топ» з'явилася тоді, коли той-песики ще не стали must have для стильних і безтурботних дівчат. Заради об'єктивності варто зазначити, що проєкт розвивався разом зі своєю аудиторією, формуючи й виховуючи її смаки: від сюжетів про перші модні магазини, пізніше — бутики, де розкіш нерідко межувала з відвертим несмаком, до репортажів про Тиждні моди в Парижі. 11 років поспіль, вже у 2000-х, Оксана Немировська в програмі «Тип-топ» розказувала своїм глядачам про найгламурніші покази зі самісінького серця модного життя. Унікаючи перебільшеної компліментарності, зауважимо, що критиків у програми також було багато, проте, на наш погляд, це свідчило, що програму дивляться й обговорюють, що «Тип-топ» і Оксана небайдужі містянам.

Як згадує Оксана Немировська, популярною була рубрика «Міський репортаж»:

Одним із перших моїх сюжетів у цій рубриці була розповідь про клуб Майкла Джексона, який організували в нашому місті фанати співака. Вони зустрічалися в парку Глоби, святкували його день народження, відзначали вихід нових альбомів. У 1992 р. ми знімали ці зустрічі, я б навіть сказала, що це були «первісні тусовки», з яких потім розпочався фанатський рух в нашому місті. Я й досі є прихильницею Майкла Джексона, тож і тоді, й нині мені ця тема дуже цікава, — говорить авторка програми.

Пізніше, всередині 1990-х, рубрики «Міський репортаж» та «Нічне місто» добре монетизувалися, адже нічні клуби, казино, ресторани, які тоді масово відкривалися в Дніпрі, радо запрошували програму «Тип-топ» додати шик та ексклюзивності присутністю телебачення: «У ті роки щоп'ятниці ми за ніч мали відвідати по 2–3 вечірки в різних нічних клубах, нас скрізь запрошували, оператор здавав техніку на студію о 5-й годині ранку. Був великий попит на сюжети в моїй програмі», — говорить авторка. Завдяки цим сюжетам в Оксани сформувалася постійна глядацька аудиторія: учасники модних тусовок обов'язково «дивилися по телевізору на себе та друзів», а власники закладів й надалі фінансували сюжети в «Тип-топ» та виступали спонсорами програми.

Також обов'язковими в програмі були сюжети про естрадних зірок, переважно російських, які гастролювали в Дніпрі: Володимир Кузьмін, Володимир Прісняков, Ірина Алєгрова, групи «Веселые ребята», «Круиз» тощо. Анонси всіх концертів у Палаці спорту «Метеор» та інтерв'ю з зірками в рубриці «Музичний bubble gum» від Оксани Немировської може слугувати своєрідним літописом експансії російської попмузики в український естрадний простір:

У всіх, хто був популярним у 1990-ті рр., я брала інтерв'ю для програми «Тип-топ». Це, безумовно, була дуже вдала рубрика для мене як журналіста, вона сприяла популярності програми. Крім суто музичної тематики, ми обговорювали з зірками плітки, які ширилися в медіа, підтверджували або спростовували їх. На відміну від нинішньої практики, виконавці тоді давали інтерв'ю безоплатно, ніхто навіть не думав брати з журналістів за це гроші, адже програма «Тип-топ» сприяла промоції концертів, бо навіть серед зірок такого масштабу була конкуренція.

Для створення цілісного уявлення про авторські телепроєкти досліджуваної доби необхідно акцентувати такий складник, як реклама. Те, що сьогодні класифікується як рекламна інтеграція, нативна реклама, прихована реклама, продакт-плейсмент, спонсорство тощо, тоді тільки увійшло в

арсенал телевізійників як спосіб заробити на проєкті. Вперше Закон України «Про рекламу», який регламентує виробництво, розповсюдження і споживання реклами в нашій державі, був прийнятий в 1996 р.. Донині до цього закону внесено близько 50 змін та доповнень (Верховна Рада України, 1996), які приймаються у відповідь на розширення видів рекламних продуктів, сфер функціонування реклами, суспільних тенденцій та інш.

У 1990-х рр. реклама тільки-но почала виконувати свої прямі функції, адже за радянських часів в умовах планового виробництва, відсутності конкуренції та нестачі товарів вона мала скоріше ідеологічне значення. Таким чином, засоби масової інформації тих років формували культуру споживання в аудиторії, яка звикла купувати не те, що хочеться чи потрібно, а те, що дають. Тотальний дефіцит і нескінченні черги 1970–80-х сформували суспільство неперебірливих покупців, а фрази «викинули на прилавки» чи «завезли в магазин» підкреслювали принизливість самого процесу здійснення покупок.

Тож приголомшений широтою вибору покупець довірливо споживав будь-яку рекламу, а потім або довірливо купував те, що рекламувала улюблена програма, або мріяв про покупку. Високий рівень довіри до ЗМІ, який ще зберігався в ті роки, та прагнення доторкнутися до «американської мрії» та богемного життя не передбачали сумнівів у доцільності витрат. Кількість рекламних сюжетів у програмах обмежувалася лише кількістю охочих заплатити за розміщення в тому чи іншому проєкті. Як згадує Оксана Немировська, в програмі можна було рекламувати все — від кальянів до ворожок: «Це сьогодні мою програму переглядають кілька юристів, щоб ніде не порушувався Закон «Про рекламу» тощо, а тоді в ефірі можна було рекламувати майже все. Ресторан-казино протягом 5 років був генеральним спонсором моєї програми, а сьогодні це заборонено».

Загалом, у програмі «Тіп-топ» більшість сюжетів були, за термінологією тих часів, комерційними, і, попри це, програма була цікавою глядачам і рекламодавцям.

Наратив сучасного Дніпра крізь кінескоп

У межах невеликого дослідження, звісно, ми не могли охопити всі авторські телевізійні проєкти, які переповідали новітню й старовинну історію нашого міста, створювали його культуру, традиції, буденний стиль, драйв святкових та вихідних днів. Сучасні наративи Дніпра, які генерувалися журналістами 1990-х рр., — унікальні, притаманні саме нашій громаді, їх не можна інкорпорувати в суспільне життя будь-якого іншого мегаполісу.

Тематика нашого дослідження не передбачала аналізу політичних наративів, але, підбиваючи підсумки, важко оминати магістральну тему, яка постійно була присутня в усіх телепроектах: «Дніпропетровськ не перше місто, але й не друге». Авторство цієї фрази приписують другому президентові України (1994–2005 рр.), нашому землякові Леоніду Кучмі. І це усвідомлення виключної ролі міста, хизування його промисловою міццю, космічною унікальністю, політичною статусністю створювало гідне тло для розбудови виняткового інтелектуального й мультикультурного соціуму. Дуже влучно особливу «ментальність “закритого міста”, складеного з засекречених “предприємств союзного підчинення”, — читай, розрослої до розмірів мільйонника сталінської “шарашки”» описала Оксана Забужко (Забужко, 2016). Її прискіпливий погляд і гостре слово чітко схарактеризували, наскільки загальний дискурс в Дніпропетровську 2014 року відрізнявся від донецького і луганського дискурсів того часу, і що допомогло нашому місту вистояти й стати Дніпром, відкинувши наратив про всеукраїнського старосту для поступу вперед.

«Базова ідея наратології полягає в тому, що всі історії мають одну й ту саму фундаментальну структуру. Всі вони узгоджені між собою згідно з визначеними базовими правилами. В підсумку, згідно з цими теоріями, наративи впорядковують досвід і конструюють ідентичність акторів аналогічними способами» (Матісон, 2013, с. 123).

І, безперечно, історія продукування соціотворчих наративів у Дніпрі протягом періоду становлення нашої державності відіграла вирішальне значення в нашому сьогодні. Серед сучасних переваг дніпрян — і потужна єврейська громада, згуртована численними просвітницькими та культурними заходами; і відновлення історичної пам'яті та усвідомлення свого минулого, яке почалося не з освоєння залізрудних покладів, і не всім завдячує пролетаріату. Наша оповідь буде неповною, якщо до неї не додати всі інші міські історії, про які йшлося вище, як і ті, що досі не вивчені, але від того не менш значущі й заслуговують на пам'ять, загублену разом з цифровими технологіями в аналоговому минулому громіздких кінескопів та непідйомних відеокамер.

Література

- Rostovtsev, O. (2021, July 29). *Остання програма «Алеф» на 9 каналі*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=r4ftBw7ACQs>
- Борщевський, В. (2022, лютий 9). Про програми «Крокодил» і «Данді» (А. Бахметьева, інтерв'юер) [Audio clip]. Особистий архів авторки.
- Верховна Рада України. (1996). *Закон України "Про рекламу"*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>
- Забужко, О. (2016, February 4). "Good bye, Petrovski!", або Розпечатування "закритого міста". dw.com. <https://www.dw.com/uk/оксана-забужко-good-bye-petrovski-або-розпечатування-закритого-міста/a-19026785>
- Лотман, Ю. (1992). *Культура и взрыв*.
- Матисон, Д. (2013). *Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов*. Гуманитарний Центр.
- Немировська, О. (2022, січень 14). Усе буде «Тіп-топ» (А. Бахметьева, інтерв'юер) [Audio clip]. Особистий архів авторки.
- Орищина, М. (2017, July 27). Історія і ЗМІ: хто творить комунікативний код культури? *День*. <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo-litnya-shkola-zhurnalistyky/istoriya-i-zmi-hto-tvoryt-komunikatyvnyu-kod-kultury>
- Почепцов, Г. (2014). *Від Facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації (2nd ed.)*. Спадщина.
- Рекуненко, Н. (2022, January 12). Програма «Проспект»: історія міста через проспекти, вулиці й особистості (А. Бахметьева, інтерв'юер) [Audio clip]. Особистий архів авторки.
- Федоров, В. (2022, January 11). Програма «Арсенал»: рок-культура 1990-х (А. Бахметьева, інтерв'юер) [Audio clip]. Особистий архів авторки.