

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь — бакалавр

на тему:

**«ФЕНОМЕН ВІДЕОСАЛОНІВ В УКРАЇНІ
ПЕРІОДУ ПЕРЕБУДОВИ (1985 – 1991)»**

Виконала: студентка 4-го року
навчання, Спеціальності
034 Культурологія

Сусленко Маргарита Дмитрівна

Керівник Тимчук Н.В.,
кандидатка культурології

Рецензент Русаков С.С.
кандидат філософських наук, доцент

Кваліфікаційна робота захищена

з ОЦІНКОЮ _____

Секретар ЕЕ _____

« _____ » _____ 2025 р.

Київ — 2025

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПЕРЕДУМОВИ ПОЯВИ	
ВІДЕОСАЛОНІВ В УКРАЇНІ ПЕРІОДУ ПЕРЕБУДОВИ.....	6
1.1. VHS і трансформація відеоспоживання	8
1.2. Відеосалони як соціокультурні простори.....	10
1.3. Історико-соціальний контекст пізнього соціалізму.....	13
1.4. Радянський «похід у кіно» як попередник	18
РОЗДІЛ 2. РЕКОНСТРУКЦІЯ ПРАКТИКИ	27
2.1. Просторові особливості радянських відеосалонів	28
2.2. Репертуар відеосалонів.....	32
2.3. Перекладачі як культурні посередники: феномен радянського «одноголосого» дубляжу.....	36
2.4. Західна культура в СРСР	40
ВИСНОВКИ	45
БІБЛІОГРАФІЯ.....	47
ДОДАТКИ.....	55

ВСТУП

Актуальність дослідження феномену відеосалонів в Україні періоду перебудови (1985–1991) зумовлена цікавістю до складних соціокультурних трансформацій, що відбувалися в той час. Перебудова стала періодом глибоких змін у політичній, економічній та культурній сферах, що відкривало нові можливості для виникнення інституцій масової культури, серед яких відеосалони посіли особливе місце як простір, що надав доступ до нових форм аудіовізуального, зокрема західного, контенту і культурного дозвілля населення. В умовах дефіциту, ідеологічних обмежень та висхідного інтересу до західної культури, відеосалони не лише задовольняли інформаційний і розважальний голод населення, а й сприяли формуванню нових моделей культурного споживання.

Ступінь наукової розробки теми є недостатньою: хоча період перебудови широко досліджується в історико-політичному та культурологічному контекстах, комплексне вивчення відеосалонів як соціокультурного явища, що відображає специфіку культурного споживання та дозвілля середини 1980-х – початку 1990-х років, поки що не отримало належної уваги. Відсутність ґрунтовних досліджень і системного аналізу цього феномену створює наукову прогалину, яка потребує заповнення.

Об'єктом дослідження є відеосалони в Україні 1985–1991 років в умовах трансформації соціально-політичної системи та загального дефіциту, а *предметом* – особливості функціонування таких відеосалонів, їхня роль у культурному житті звичайних громадян, їхній вплив на формування нових моделей культурного споживання та дозвілля.

Мета роботи полягає у комплексному дослідженні появи такого культурного феномену як відеосалони в Україні в період перебудови, виявленні їхнього культурного значення, а також визначенні ролі цього явища у процесах культурної трансформації середини 1980-х – початку 1990-х років.

Завдання дослідження:

- проаналізувати історико-соціальний контекст виникнення відеосалонів в Україні в період перебудови;
- визначити соціокультурні функції відеосалонів та їхню роль як медіапросторів у повсякденному житті населення;
- дослідити особливості сприйняття та використання відеоконтенту в умовах соціально-економічної кризи та дефіциту;
- описати специфіку організації та функціонування відеосалонів, їхню просторову та економічну структуру;
- виявити вплив відеосалонів на формування нових моделей культурного споживання та дозвілля в радянському суспільстві середини 1980-х – початку 1990-х років;
- розкрити значення відеосалонів у процесах культурної трансформації, зокрема у розширенні доступу до західної культури та формуванні альтернативних культурних ідентичностей;
- оцінити внесок відеосалонів у зміну культурної політики та трансформацію масової культури в Україні періоду перебудови.

Методологічною основою дослідження є комплексний міждисциплінарний підхід, що містить історико-культурний аналіз, соціологічні методи (опитування очевидців культурного процесу через інтернет-форуми: Reddit, Харків Форум), а також підходи археології медіа, що дозволяє всебічно розглянути феномен відеосалонів у його соціокультурному контексті. Проведене дослідження сприятиме розширенню наукових уявлень про культурні процеси в Україні періоду перебудови та допоможе краще зрозуміти механізми трансформації культурного дозвілля українського суспільства в цей переломний історичний момент.

Таким чином, дослідження сприятиме розширенню наукових уявлень про культурні процеси в Україні середини 1980-х – початку 1990-х років. Адже відеосалони виступали не просто як місця перегляду фільмів, а як важливі культурні інституції, що відкривали доступ до нових форм аудіовізуального

контенту, зокрема західної культури, яка до того часу була практично недоступною через ідеологічні обмеження та дефіцит. Вони відігравали роль своєрідних майданчиків культурної комунікації, сприяли формуванню нових моделей культурного дозвілля; вони стали символом культурної лібералізації, що супроводжувала перебудову, і відображали прагнення населення до відкритості, новизни та самовираження.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, бібліографії, що налічує 77 джерел та два додатки.

РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПЕРЕДУМОВИ ПОЯВИ ВІДЕОСАЛОНІВ В УКРАЇНІ ПЕРІОДУ ПЕРЕБУДОВИ

Можна сказати, що поява відеосалонів – у тій формі, в якій вони виникли в межах Радянського Союзу – є унікальним явищем, яке не зустрінеш деінде. Вони були своєрідною культурною інновацією, народженою не просто внаслідок технологічного прогресу, а також в умовах дефіциту, обмежень та пристрасного прагнення радянської людини до чогось нового, незвіданого, навіть забороненого. Поки колективний Захід активно освоював можливості нової домашньої технології VHS – спершу як дивовижу, а згодом як побутову норму, – радянські інженери лише починали розробку першого відеомагнітофона масового виробництва, добре відомого під назвою «Електроніка ВМ-12». Цей пристрій стане справжнім трофеєм для небагатьох щасливців, яким вдасться його придбати, хоча для переважної більшості радянських громадян відео залишиться екзотикою, доступною лише через посередництво напівлегальних переглядів у підпільних чи напівофіційних відеосалонах. Варто зазначити, що відеомагнітофон був далеко не першим предметом розкоші чи «товаром підвищеного попиту», як це тоді називалося, який став символом споживчої недосяжності у пізньорадянські часи. Пральні машини, імпортовані телевізори, джинси, жувальна гумка – все це формувало своєрідну паралельну реальність бажаного, в якій відеокультура посідала майже магічне місце: люди прагнули побачити світ, який їм так довго й наполегливо забороняли.

Цей розділ присвячено аналізу культурного життя в СРСР у цей цікавий період – перебудову, – коли суспільство опинилося на перехресті старих і нових ідеологічних орієнтирів, між архаїчними формами контролю і новою хвилею культурної відкритості. Також буде розглянуто історико-соціальний контекст того часу, який дозволив сформуватися такому явищу як відеосалони. Це був період, коли офіційна культура все ще певний час

перебувала під жорстким контролем партії, але водночас у суспільстві почали з'являтися нові форми споживання культури, пов'язані з технологічним розвитком часу. Суспільство стрімко змінювалося: молодь, що виросла вже не в сталінську, а в «брежнєвську стабільність», дедалі більше прагнула доторкнутися до іншого світу – колективного Заходу, що уявлявся як простір свободи, динаміки, усього нового, – словом, того, чого не вистачало в офіційній культурній пропозиції Радянського Союзу. Цей інтерес, підживлений чутками, випадковими кадрами з телевізора, іноземними платівками чи контрабандними журналами, створював постійне напруження між офіційною ідеологією та реальними культурними вподобаннями громадян. Відеосалони стали своєрідним клапаном, через який це напруження могло вивільнятися – у темних кімнатах люди дивилися бойовики, еротика, голлівудські блокбастери й фільми жахів, які не мали жодного шансу з'явитися на екранах офіційних кінотеатрів. Цілком логічним у цьому контексті є звернення до впливу західної культури, яка, попри численні перешкоди, дедалі активніше проникала в СРСР. Світове кіно поступово, але невпинно прокладало собі шлях у радянську повсякденність.

Разом із тим важливо розуміти, що ще до появи відеосалонів головним джерелом візуального нарративу в СРСР був, без сумніву, радянський кінематограф. Але це було кіно з чітко вираженою функцією: не просто розважати, а й виховувати, утверджувати певні ідеали, формувати уявлення про «правильне» життя і гідного радянського громадянина. Кіно стало могутнім інструментом ідеології, особливо у сталінську та післясталінську епоху. Втім, до середини 1980-х і в цій сфері почалися серйозні зрушення. З'їзд Спілки кінематографістів 1986 року став знаковою подією, коли вперше публічно заговорили про необхідність звільнити й саму радянську творчість від цензури.

Усе це – суспільні настрої, технологічні зміни, втома від контролю культурних продуктів – і створило передумови для появи такого соціокультурного феномена, яким стали відеосалони.

1.1. VHS і трансформація відеоспоживання

Історія відеомагнітофонів почалася далеко від радянської реальності, у Токіо, де у вересні 1976 року японська корпорація JVC (Japan Victor Company) розпочала справжню технічну революцію своєю розробкою: стандарт VHS (Video Home System, або Система Домашнього Відео). Цей винахід змінив не тільки спосіб, як люди дивилися кіно, але й саме уявлення про дозвілля. Компактна касета у пластиковій коробці могла перенести кінотеатри прямо в оселю; більше не потрібно було чекати на бажаний сеанс, а натомість влаштувати його самостійно у комфорті власного дому – в будь-який час, – за наявності лишень касети. Але ця історія не була простою – VHS довелося позмагатися з іншим форматом, який на початку здавався сильним конкурентом – Sony Betamax.

Сама розробка VHS почалася на початку 1970-х років, коли інженери JVC Юма Шірайші та Сізуо Такао сформували команду для створення доступного та зручного у використанні відеомагнітофона для широкого споживання. Вони визначили основні цілі нового формату: сумісність із будь-яким телевізором, якість зображення, що відповідає ефірному телебаченню, мінімум двогодинний час запису, взаємозамінність касет між пристроями, простота експлуатації та низька вартість виробництва (Capture 2023). Ці принципи стали основою успіху формату VHS, який незабаром став популярнішим за Sony Betamax. У кінці 1970-х – на початку 1980-х років саме між цими форматами запису відео відбулася масштабна «відеоформатна війна». Sony першою вийшла на ринок із домашнім відеомагнітофоном Betamax у 1975 році, і цей формат відзначався кращою якістю зображення – роздільна здатність Betamax була трохи вищою за VHS, що робило картинку чіткішою. Однак головним недоліком став час запису – стандартна касета Betamax могла записувати лише до однієї години відео, тоді як VHS пропонував близько двох з половиною. Це було критично важливо для користувачів відеомагнітофонами, які хотіли записувати повнометражні

фільми або телевізійні передачі без перерв (Capture 2023). Ця різниця у часі запису стала одним із ключових факторів у боротьбі форматів. Адже для пересічного глядача можливість записати улюблений фільм або програму повністю була набагато важливішою за трохи кращу якість картинки. Крім того, VHS виграв завдяки відкритій політиці ліцензування – JVC дозволила багатьом компаніям виробляти відеомагнітофони та касети VHS, що зробило цей формат більш доступним і дешевим; Sony ж намагалася контролювати виробництво Betamax, що обмежувало поширення і підіймало ціну.

Розробка VHS не була лише технічним проривом – це радикально змінило соціальні звички й культуру дозвілля. Дослідження, проведене Каролін А. Лін у 1988 році, показує, що після появи відеомагнітофонів більшість людей переглянули свої звички щодо проведення вільного часу: вони почали більше залишатися вдома, переглядаючи телепрограми та фільми разом із родиною, друзями чи родичами. Ті, хто змінив своє дозвілля завдяки VCR (пристрій, який відтворював VHS стрічки), частіше займалися домашнім записом, дивилися більше телепрограм або попередньо записаних відео й висловлювали вищий рівень задоволення від користування телевізором та відеомагнітофоном. VCR відкрив перед користувачами не лише нові технічні, а й соціальні можливості. З'явилася практика спільного перегляду фільмів удома, що сприяло зміцненню сімейних і дружніх зв'язків. Відеомагнітофон став не просто пристроєм для запису, а центром домашнього дозвілля, навколо якого формувалися нові традиції – наприклад, сімейні кіновечори чи запрошення друзів на перегляд новинок (Lin 1988). У дослідженні Лін (1988) також наведено дані, що 42% власників VCR стали рідше відвідувати кінотеатри, а 49% змінили час, коли саме вони дивляться телевізор. Третина респондентів почала більше часу проводити вдома, а 30% – частіше спілкуватися з родиною під час спільного перегляду відео. 64% опитаних були дуже задоволені своїм VCR, 88% відчули покращення якості телевізійного перегляду, а 79% отримували справжнє задоволення від володіння цим пристроєм.

Так VHS відкрив нові горизонти не лише для індивідуального дозвілля, а й для культури споживання медіа. Він став першою ланкою у формуванні концепції домашнього кінотеатру, зробивши перегляд фільмів і телепередач зручним і навіть соціально значущим досвідом. Завдяки VHS кінематограф увійшов у будинки мільйонів людей, надавши їм свободу вибору часу перегляду і самого контенту, що кардинально змінило сферу дозвілля.

1.2. Відеосалони як соціокультурні простори

У дослідженні відеосалонів як соціокультурного явища спиратимемося на низку теоретичних підходів, які дозволяють розглядати їх як складний культурний, соціальний та медійний феномен. Цей комплексний контекст відкриває можливість розглянути відеосалони не лише як звичайні місця для перегляду фільмів, а як важливі соціальні інституції, що відображали суспільні зміни пізньорадянського періоду.

Насамперед відеосалони варто розглядати як особливий тип соціального простору, який не можна звести лише до місця демонстрації фільмів. Спираючись на теорію Анрі Лефевра (1974), трактуватимемо відеосалони як соціально сконструйовані простори, що формуються через взаємодію певних практик та репрезентацій. Відеосалони нерідко розташовувалися в підвалах або адаптованих громадських будівлях – тобто в «гетеротопіях», які порушували нормативний порядок офіційного радянського простору. Саме у цих місцях відбувалося порушення доміантних норм: глядачі не лише споживали недоступний раніше культурний контент, але й формували альтернативні мережі спілкування та нові уявлення про культуру. Ключовим поняттям у цьому контексті виступає «контрпростір» – місце, де за Лефевром (1974), виробляються альтернативні до офіційних способи буття, уявлення, бажання. У випадку відеосалонів ці альтернативи мали як культурний, так і економічний вимір: салони часто функціонували як малі підприємства у сірій зоні радянської економіки, а керували ними переважно комсомольські

активісти, які в нових умовах змогли капіталізувати свою мережеву активність. Таким чином, відеосалони були не просто місцями для дозвілля, а також просторами, де інституціоналізувалися нові економічні практики, що суперечили централізованій радянській моделі.

Перейшовши від соціального до просторового аспекту, варто зазначити, що з технічного та архітектурного погляду відеосалони мали специфічні характеристики, які суттєво впливали на досвід глядача. Зазвичай це були невеликі зали з компактним розташуванням сидінь, що створювало інтимну атмосферу і підсилювало відчуття спільності серед відвідувачів. Відеосалони не просто слугували місцем для кінопоказів, а стали своєрідними культурними хабами, де молодь і дорослі могли дивитися медіаконтент, що проникав у СРСР із Заходу. Вони виступали альтернативою офіційній культурі, яка ще перебувала під суворим контролем цензури, й відкривали простір для появи нових культурних смаків.

Ще одним важливим теоретичним виміром при дослідженні відеосалонів є роль медіа, які активували нові форми сприйняття. За концепцією Маршалла Маклюєна (1964), відеосалони виявляються ближчими до «холодних» медіа, оскільки вони вимагають від глядача безпосередньої участі в інтерпретації побаченого. «Холодними» медіа називають ті, які вимагають активної участі глядачів для завершення інформації та мають високий ступінь залучення аудиторії (McLuhan 1964). Відеосалони, хоча і пропонували готові до перегляду фільми, створювали середовище, яке вимагало активної участі глядачів у процес сприйняття інформації. У відеосалонах фільми демонструвалися з накладеною на звук оригінального фільму одноголосого озвучкою та перекладом, який не завжди був точним. Крім того, якість картини могла бути не ідеальною через технічні обмеження техніки того часу; не додавало якості зображення ще й те, що телевізор на «залу» відеосалону був один, із невеликим екраном, що ускладнювало процес перегляду з більш дальніх рядів. Як згадував один з очевидців, хто відвідував відеосалони у Донецьку: «Якість картини? Ну яка там якість на 20й копії

відкокасети на кінескопному телевізорі з 10 метрів? Щось можна побачити, решту дофантазувати» (Bubbly_Delivery_2751 23.04.2025). Саме через такі умови глядачі були змушені активно долучатися до процесу сприйняття, щоб повністю зрозуміти сюжет фільму, що створювало особливий досвід перегляду – лімінальні умови, в яких відвідувач був змушений «дозбирати» сенс побаченого.

Фундаментальна критика Вальтера Беньяміна (2008) про те, як кіно змінює «ауру» мистецтва, також знаходить своє продовження у феномені відеосалонів. Вони демократизували доступ до західних фільмів, раніше недоступних або цензурованих, в обхід офіційних каналів та державних кінотеатрів. Цей зсув порушив монополію радянського ідеологічного контролю над культурним споживанням, оскільки відеосалони хоч і показували піратські західні фільми з низькоякісною озвучкою, вони все одно приваблювали велику аудиторію, яка прагнула альтернативних наративів та естетики, недоступних в офіційному радянському кінематографі. Таким чином, відеосалони стали майданчиком для культурної децентралізації та розширення культурного простору громадян.

Важливим є також внесок філософії кіно: наприклад, Зігфрід Кракауер (1960) наголошував на здатності кіно фіксувати соціальну дійсність, колективні бажання і тривоги. У контексті відеосалонів вплив західних фільмів – бойовиків, жахів, еротики – різко контрастував із радянською кінематографічною традицією, яка часто була ідеологічно обмеженою та пропагандистською. Такий контакт із західною популярною культурою не лише задовольняв ескапістські бажання радянських громадян, але й відображав соціальні та економічні тривоги суспільства, що вже переживало трансформацію в умовах перебудови. Матеріальні особливості цієї епохи – легалізація приватного підприємництва, послаблення цензури та крах державних систем розподілу – дозволили відеосалонам процвітати як малим підприємствам, часто керованими комсомольськими активістами, які згодом ставали впливовими пострадянськими олігархами (Zhuk 2008). Розуміння

Кракауера (1960) щодо кіно як дзеркала та посередника соціальної реальності також допомагає зрозуміти відеосалони як простори, де суперечності пізньої радянської модерності одночасно викривалися та обговорювалися.

Таким чином, відеосалони виступали не лише як прості місця перегляду фільмів, а як складні соціокультурні простори, що відображали трансформації радянського суспільства, відкривали нові можливості для споживання культурних продуктів. Вони стали важливим феноменом, який поєднував культурні, соціальні та економічні аспекти, формував унікальний простір, де відбувалися зміни у способах сприйняття та розповсюдження кіно.

1.3. Історико-соціальний контекст пізнього соціалізму

Наприкінці 1980-х років Радянський Союз опинився у вирі системної кризи, яка охопила всі сфери життя. Планова економіка, що тривалий час була непохитною опорою радянської моделі розвитку, перестала відповідати викликам часу. Надворі дефіцит споживчих товарів, зростання інфляції та стагнація виробництва – це стало повсякденною реальністю для мільйонів громадян. Люди годинами стояли в чергах за найнеобхіднішим, а полиці магазинів залишалися порожніми. Криза торкнулася не лише економіки. Культурний простір теж не міг уникнути цього: нова техніка, що відкривала доступ до закордонних фільмів і нового формату дозвілля, була доступна лише деяким соціальним групам. Цією технікою були відеомагнітофони; як й інші дефіцитні товари – холодильники, телевізори, автомобілі – вони перетворилися на певний символ статусу, доступний небагатьом. У контексті обговорення доступності відеомагнітофонів на форумах, можна зробити висновок, що ці пристрої були доступні лише дуже невеликій частині населення. Зокрема, у розмові зазначається, що навіть номенклатура, тобто представники партійної еліти, у більшості випадків не могли собі дозволити відеомагнітофони, а от мореплавці чи будь-хто інший, хто мав змогу вступити

в контакт із закордоном, мали кращі шанси придбати такі пристрої (vaiper210 10.04.2025).

На Заході спостерігалася абсолютно інша ситуація: поява VHS трансформувала повсякденні звички перегляду, надавала глядачам можливість самостійно обирати час для того, щоб дивитися телепрограми та фільми. Це означало відхід від жорстких телевізійних розкладів і появу нової гнучкості у споживанні медіаконтенту.

У 1980-х роках VHS став популярним не лише для перегляду фільмів, а й для домашньої відеозйомки важливих подій, таких як весілля чи дні народження, що було значним нововведенням у культурі домашнього відеоспоживання (Capture 2023). На противагу цьому, в Радянському Союзі відеомагнітофони залишалися предметом розкоші: система просто не могла впоратися з попитом, що різко зріс, на відеотехніку. Перший масовий радянський відеомагнітофон «Електроніка ВМ-12» з'явився лише на початку 1980-х, і його ціна у 1986-1988 роках становила близько 1200 рублів. Сам випуск залишався скромним – у 1987 році було вироблено лише близько 40 тисяч штук, а до 1990 року планувалося довести обсяг до 60 тисяч. Такі цифри сприймалися як недостатні, а якість техніки критикувалася. Імпорт закордонного відеообладнання ускладнювався жорсткою плановою економікою та гострою нестачею іноземної валюти, особливо після падіння цін на нафту у 1986 році (Моисеєнко 2023). Навіть у 1991 році, наприкінці існування СРСР, їх можна було придбати лише за умови стояння в черзі або здачі зерна державі, відповідно до постанови Кабінету Міністрів УРСР від 4 липня 1991 року № 67 (Fedyk and Ivashkiv 2020). Згідно з документом: «Укоопспілці, Міністерству торгівлі УРСР, Раді Міністрів Кримської АРСР, облвиконкомам створити спеціальний фонд товарів народного споживання (холодильників – 4 тис. штук, відеомагнітофонів – 1,6 тис., телевізорів – 2 тис., швейних машин – 1,5 тис., пральних машин – 3 тис. штук) для реалізації членам трудових колективів за продаж державі зерна понад досягнутий у 1986 – 1990 роках середньорічний рівень... Реалізацію вказаних товарів

здійснювати за умови продажу господарством зерна державі в обсязі, що перевищує досягнутий у 1986 - 1990 роках середньорічний рівень за нормативами згідно з додатком 2» (Кабінет Міністрів України 1991).

Втомлене усебічним дефіцитом суспільство очікувало змін: залишалося покладатися на багатообіцяну владою модернізацію. У 1985 році новим Генеральним секретарем ЦК КПРС став Михайло Горбачов, який видав низку реформ, спрямованих на подолання кризи радянської системи. Вони й відкрили новий період в радянській історії під претензійною назвою «перебудова», якій передувало багато чинників, що зробили її водночас можливою та необхідною (Бойко 2004). На той час СРСР опинився у дедалі глибшій ізоляції через війну в Афганістані, міжблокова напруга зростала, а внутрішня система гальмувала розвиток. У політичній сфері відбувалося обмеження народовладдя та ігнорування демократичних засад, що блокувало розвиток громадянського суспільства; соціально-економічна сфера була позначена стагнацією економіки, зростанням бюрократії та цілою низкою соціальних проблем (Бойко 2004). У радянській культурній сфері також домінувала ідеологічна диктатура, яка суттєво впливала на гуманітарну галузь. Це призводило до викривлення культурного розвитку суспільства, обмежувало можливість громадян долучатися до здобутків світової культури та стримувало гармонійний розвиток суспільства загалом (Бойко 2004). Горбачовська перебудова мала на меті демонтувати командно-адміністративну модель, запровадити елементи ринку та демократії. На протигагу офіційному курсу на «оновлення соціалізму», Горбачов де-факто ініціював ринкові елементи, що призвело до легалізації кооперативів і обмеження ролі Держплану.

Перебудова планувалася загальнорадянська, була відсутня спеціальна модель для національних республік, яка могла б врахувати специфіку ситуації в різних частинах Союзу (Бойко 2004). Саме тоді з'явилися перші кооперативи – офіційно «дозволені» підприємства в країні, де ще нещодавно навіть слово «бізнес» було радше табуйованим. Зовнішній курс Горбачова на «нове

мислення» передбачав відмову від старих догм, більшу взаємодію з Заходом, а всередині країни – експерименти з децентралізацією. Важливо врахувати цей історико-соціальний контекст часу, його трансформаційність та турбулентність, щоб краще розуміти саму можливість виникнення такого стихійного явища як відеосалони. Безпосередньо та прямо на відеосправу вплинуло прийняття Закону СРСР «Про кооперацію» 26 травня 1988 року: 10-ю статтею закон прямо забороняв державним органам втручатися в господарську діяльність приватних ініціатив (Верховна Рада СРСР 1988). Цей документ став справжнім проривом у радянській економічній системі, адже вперше за багато десятиліть громадянам дозволялося займатися приватною підприємницькою діяльністю.

Закон легалізував створення кооперативів – невеликих організацій, які могли працювати в різних сферах, включно з торгівлею, послугами та культурною діяльністю. Як зазначається в Законі СРСР «Про кооперацію» (1988): «Кооперативи можуть створюватися і діяти в сільському господарстві, в промисловості, будівництві, на транспорті, в торгівлі й громадському харчуванні, у сфері платних послуг та інших галузях виробництва і соціально-культурного життя». По суті, так з’явилися перші напівприватні бізнеси, які формально керувалися комсомолом, але фактично стали прибутковими підприємствами (Zhuk 2008). Таким чином реформи Горбачова ненавмисно уможливили появу капіталістичних засад у державних структурах, а комсомол, як організація, займалася не лише ідеологічним вихованням молоді, але й стала місцем розвитку капіталізму в СРСР. Для багатьох це стало шансом реалізувати свої підприємницькі здібності та водночас задовольнити потреби суспільства в нових формах дозвілля. Кооперативи стали своєрідними «острівцями свободи» в умовах жорсткої регуляції державою всіх аспектів життя.

Проте сподівання реформаторів щодо того, що кооперативи стануть потужним стимулом для економіки під час перебудови, не справдилися. Кооперативи не змогли конкурувати з державним виробничим сектором і

суттєво вплинути на забезпечення ринку споживчими товарами. Причиною цього стала їхня орієнтація на торгівлю та накопичення капіталу, а також невдала кампанія проти нетрудових доходів, яка сприяла їхньому внеску в тіньову економіку (Бойко 2004). Проте у повсякденне життя громадян це все одно принесло дещо нове: в умовах тотального дефіциту інформації та обмеженого доступу до світової культури відеосалони стали своєрідним «вікном у світ». Вони пропонували те, чого не могли дати офіційні радянські кінотеатри: західні фільми, новий формат розваг і можливість хоча б на кілька годин зануритися у реальність, далеку від сірих буднів. І попри те, що перегляд відбувався в маленьких залах із розставленими там стільцями, у відеосалонів був свій шарм: це була перша хвиля культурного глобалізму, що увірвалася до радянського медіапростору. Їхня поява стала важливою подією для формування нової моделі споживання культури: якщо раніше доступ до неї був регламентований державою та обмежений рамками офіційної ідеології, тепер він ставав більш демократичним і доступним для широких верств населення. Відеосалони пропонували людям більший вибір: йдеться про можливість самостійно вирішувати, що дивитися і як проводити свій час.

Глядачі платили за перегляд й отримували можливість побачити те, що раніше було недоступним: голлівудські блокбастери, бойовики, фільми з елементами еротики – жанри, які майже ніколи не потрапляли до радянського кінопрокату та не вироблялися радянськими кіностудіями. Ця нова форма культурного дозвілля швидко здобула популярність серед різних верств населення – від молоді до старших людей. Відеосалони, як й інші комсомольські підприємства, формально належали до «культурно-освітніх заходів» (Верховна Рада СРСР 1988), але фактично стали приватним бізнесом. До кінця перебудови в 1991 році лише в індустріальних провінційних містах Східної України виникло понад 100 комсомольських підприємств (Zhuk 2008).

Важливо пам'ятати й про те, що діяльність відеосалонів часто балансувала на межі легальності. Попри те що Закон «Про кооперацію» (1988) дозволяв організовувати подібну культурну діяльність, багато аспектів роботи

відеосалонів залишалися нерегульованими. Наприклад, питання авторських прав на показ фільмів фактично ігнорувалося: більшість касет були піратськими копіями. Проте для аудиторії це не мало значення – головним було бажання долучитися до світового кінематографа та відчувати себе частиною глобального культурного процесу. Розповсюдження фільмів відбувалося неофіційними каналами, зокрема через обмін між друзями, продаж на ринках та напівофіційну діяльність місцевих пунктів прокату (Шумилович б.д.).

Тож під час перебудови в Радянському Союзі відбувалися суттєві зміни, що впливали на соціальну, економічну та культурну сфери. З'являлися нові форми діяльності, такі як відеосалони, що поступово зміщували традиційні моделі споживання та дозвілля.

1.4. Радянський «похід у кіно» як попередник

Кіно ХХ століття не було лише розвагою – воно стало інструментом формування реальності. Через призму кіно мільйони глядачів засвоювали не лише сюжети, а й цілісну систему цінностей: від моди на одяг до політичних орієнтирів. Це особливо яскраво проявилось в революційні епохи, коли мистецькі новації перепліталися з соціальними потрясіннями (Храмов 2009). Ленінська максима про «найважливіше з мистецтв» не випадкова – кіно здатне не просто відображати світ, а й впливати на нього, пропонуючи глядачам готові моделі дій та мислення. Недарма у соціокультурному просторі СРСР кінематограф посідав одне з пріоритетних місць серед засобів масової комунікації та культурного впливу. Поєднання найбільш доступного для широкого населення виду розваг із потужним ідеологічним потенціалом кінематографічних творів забезпечило кіно статус феномену масової культури, а також зробило його ефективним інструментом конструювання суспільної свідомості (Каганов 2019). Кіно не лише розважало, але й

формувало у глядачів певні уявлення про соціальну дійсність, задавало моделі поведінки, цінності та ідеали, що відповідали офіційній партійній ідеології.

Цей процес був особливо помітним у радянському суспільстві, де кінематограф слугував засобом індоктринації, спрямованої на створення образу «нової радянської людини»: оптимістичної, працьовитої, відданої ідеалам комунізму. Екран навчав, що таке «правильна» поведінка, як виглядає ідеальний громадянин, що треба любити, а чого боятися.

Протягом десятиліть радянські глядачі звикали до специфічних кінематографічних кодів і символів, що трансливалися через фільми, а також до певних стереотипів, які формувалися під впливом ідеологічно контрольованого кінематографа. Як свідчать історичні дані, глядачі, які у 1920-х роках лише починали знайомитися з грамотою за допомогою кіноафіш, вже до 1950-х років автоматично розрізняли «правильні» та «шкідливі» образи, які пропонувало радянське кіно. Вони навчилися сприймати кінематограф не лише як розвагу, а і як засіб виховання, що формує уявлення про «правильну» поведінку і світогляд. Проте у повсякденній мові з'явилася фраза «як у кіно!», яка стала синонімом штучності, надуманості та неприродності радянської дійсності, що відображало певний рівень критичного ставлення глядачів до офіційного кінематографічного образу світу (Каганов 2019). Ця фраза яскраво ілюструє сприйняття радянського кіно як штучного конструкта, який далеко не завжди відповідав реальному життю.

У радянському кінематографі єдиним офіційним творчим методом був соціалістичний реалізм: саме він і передбачав створення цього оптимістичного образу «людини-трудівника», творця нового комуністичного суспільства, сповненого віри в ідеали соціалізму. Соціалістичний реалізм не просто відображав дійсність, а конструював її, шляхом демонстрації бажаних досягнень, процвітання та успіху як уже здійснених фактів (Каганов 2019). Радянське кіно цілеспрямовано відмежовувалося від західного, особливо від Голлівуду – воно вважалося втіленням буржуазної культури. Якщо американська «фабрика мрій» зосереджувалася на індивідуальних драмах,

пошуках щастя, пригодах та особистісних конфліктах у капіталістичному світі (Храмов 2009), то радянський кінематограф мав на меті будувати уявлення про нове соціалістичне життя.

Покази фільмів у СРСР не обмежувалися кінотеатрами. Це був мобільний, всюдисущий інструмент впливу: фільми показували у палацах культури, клубах, на виробництві, у сільській місцевості, гуртожитках, школах, на агітаційних майданчиках (Каганов 2019) – загалом, будь-де, де можна було зібрати людей і дати їм не просто розвагу, а й ідеологічну установку. Кінопокази часто супроводжувалися політичними заходами: лекціями, виступами партійних діячів, музикою, символікою, обговореннями, роздачею агітаційних матеріалів. У сільській місцевості особливо поширеними були тематичні покази, присвячені партійним з'їздам, аграрним досягненням, антирелігійній чи виховній тематиці. Перед початком сеансів могли виступати секретарі парторганізацій, відомі діячі, працівники міліції чи охорони здоров'я, підкреслюючи такими гостями ідеологічну місію цих подій (Каганов 2019). Така організація кінопоказів підсилювала ідеологічний вплив кіно, перетворювала його на частину політичного ритуалу, що мав на меті не просто розважати, а й виховувати, формувати «правильні» моделі поведінки.

До 1960-х років спільні візити до кінотеатрів або організовані кінопокази у робітничих клубах і культурних центрах були звичайною справою, що сприймалися як вираз колективного духу радянського суспільства та важлива частина його соціальної активності. Найвища відвідуваність спостерігалася в період 1967–1975 років (Вартанов и Сальникова 2019), коли радянські екрани захоплювали мільйони: від комедій Леоніда Гайдая до воєнних драм. Цей пік став кульмінацією кінематографічної традиції, закладеної ще в ранні радянські роки. Тоді публічний кінопоказ використовувався для формування нових соціокультурних практик колективного сприйняття «найважливішого з мистецтв» в ідеологічно вивіреному ракурсі. Це ілюструє динаміка відвідуваності кінотеатрів у СРСР у період з 1977 по 2002 рік (див. додаток 1).

Графік побудовано у вигляді рядів маленьких крісел, що символізують кількість глядачів у різні роки. Зліва направо по горизонталі відображено кількість відвідувань (у мільярдах), а по вертикалі – роки. Можемо побачити, що найвищі показники відвідуваності спостерігаються у 1977 році, після чого простежується поступове, а потім й стрімке падіння кількості глядачів. Наприкінці 1980-х – початку 1990-х років справді відбувалося різке зниження відвідуваності офіційних кінотеатрів. Це пов'язано з кількома факторами: економічна криза, зростання доступності телевізорів і відеомагнітофонів, поява відеосалонів, які швидко завоювали популярність серед населення (Солодзько 2011). Також позначився занепад централізованого культурного виробництва, скорочення державного фінансування, втома від ідеологічних шаблонів (Дмитриевский 2019) – врешті-решт, усе це призвело до справжньої культурної деградації. Люди продовжували ходити в кіно, але помітно менше, з іншими очікуваннями від культурного продукту на екранах. Достатньо про жагу до нового говорить статистика, згідно з якою радянський фільм-бойовик «Пірати XX століття» став найвідвідуванішим радянським фільмом в історії СРСР (див. додаток 2) – радше винятковий жанр серед усіх інших у наведеному топі. Недивно, що у радянських громадян справжню зацікавленість викликали не чергова мелодрама чи комедія зі знайомими сюжетами, темами, цінностями, а новий західний фільм, який можна було подивитися лише у відеосалоні. Зрештою, поява такого відеобізнесу та самодіяльних, приватних кіностудій свідчила про поступове ослаблення монополії держави на кінопродукцію (Каганов 2019).

Для радянської кіноіндустрії переломним став V з'їзд Спілки кінематографістів у травні 1986 року, який скасував обов'язкове затвердження сценаріїв Держкіно. Це призвело до стрімкого зростання експериментальних фільмів, хоча паралельно державне фінансування скорочувалося, що змушувало митців орієнтуватися на ринковий попит. Можна помітити парадокс: з одного боку – художній плюралізм, з іншого – комерціалізація, яка сприяла зниженню професійних стандартів. У стрімкому розповсюдженні

відеопрокату проявилася масова глобалізація, де домінувала продукція Голлівуду. Радянські глядачі отримали доступ до фільмів жахів, еротичних стрічок, бойовиків, що контрастувало з традиційною соцреалістичною естетикою вже відомих фільмів.

На запитання, поставлене безпосереднім спостерігачам цього культурного процесу на Харків Форум, чому замість відвідування кінотеатрів вони обирали похід у дорожчий відеосалон, знайшлася вичерпна відповідь: «Потомушо в кинотеатрах крутили, как правило, откровенную муть..а дома видик бил у единиц» (Northern 09.04.2025) («Тому що в кінотеатрах крутили, як правило, відверту муть. А вдома відік (відеомагнітофон) був у одиниць»). Інший користувач відповів іронічніше: «Зиту и Гиту я просто уже много раз смотрел» (Гість 163907 09.04.2025) (««Зіту і Гіту» я просто вже багато разів дивився»). «Зіта і Гіта» – це назва знаменитого індійського фільму 1972 року режисера Рамеша Сіппі, стрічка якого отримала величезну популярність в Індії та СРСР. Цей коментар наштовхує на думку, що радянські кінотеатри не купували іноземні фільми в достатній кількості, щоб задовольнити запити своєї аудиторії, що створювало ситуацію лакуна; саме це місце почали заповнювати відеосалони. Також варто відзначити, що на ті рідкісні західні фільми, які потрапляли в офіційний радянський кінопрокат, збиралася черга, і місць могло просто не вистачити на всіх охочих потрапити на сеанс: «На Кинг Конга очередь была наверное больше, чем в мавзолее к ленину» (Гість 163907 09.04.2025) («На «Кінг-Конга» черга була, напевно, більшою, ніж у мавзолей до Леніна»).

Також іноземні фільми, які все ж потрапляли до кінотеатрів, проходили жорстку цензуру, що суттєво псувало глядацький досвід. Як свідчать спогади безпосередніх спостерігачів цього культурного процесу, навіть популярні бойовики демонструвалися у сильно «відцензурованому» вигляді. Один з опитуваних користувачів розповідав, що у їхньому місцевому кінотеатрі показували фільм із Жан-Клодом Ван Даммом (на фільми з участю якого зазвичай ходили у відеосалони) «Подвійний удар», але через вирізані екшен-

сцени він пішов із половини фільму, бо він був «кастрірованим» (Пошляк 10.04.2025). Такі приклади ілюструють, що радянська цензура контролювала не лише зміст фільмів, а й наявність сцен насильства чи екшну під час рідкісного кінопрокату іноземних фільмів, що зрештою призводило до спотворення оригінального матеріалу. Недивно, що глядачі шукали альтернативні способи перегляду фільмів без подібних обмежень, натомість звертаючись до відеосалонів, де можна було дивитися ці ж стрічки у повному вигляді, без цензурних вирізок.

Також, при розмові про кіно, неможливо оминати роль телебачення в СРСР, що стало явищем масового медіа. Якщо у 1951 році в Києві було лише 622 телевізори, то до 1961 року населення УРСР придбало вже 75 тисяч телевізорів, а в 1974 році в СРСР приблизно 67 % родин мали телевізор (а це 34 млн штук) (Каганов 2020). Цей стрімкий приріст технічних засобів трансляції створив нову аудиторію і значно вплинув на спосіб споживання інформації та культури. Телебачення поступово стало основним джерелом розваг і новин, що визначило подальший розвиток медіасередовища. У середині 1980-х – на початку 1990-х років, з появою приватних дециметрових каналів, телевізійний репертуар зазнав суттєвого розширення. Теми, які раніше вважалися забороненими або табуйованими, почали відкрито обговорюватися. Соціальні проблеми, такі як злочинність, наркоманія, питання сексуальної орієнтації, захворювання на СНІД, релігійні теми та навіть особисте життя політичних лідерів, перестали бути недоторканими. Цей зсув у контенті відображав загальну тенденцію до більшої відкритості суспільства і сприяв формуванню нових культурних практик, серед яких особливе місце посіло вже відоме відеолубительство – масове захоплення відеомагнітофонами та контентом, який ширився касетами. До перебудови, на екранах кінотеатрів, у пресі та й на тому ж телебаченні трансливалося відірване від реальності життя, ідеалізоване та те, яке більше не знаходило відгук у серцях громадян (Каганов 2019). Це також певною мірою підготувало суспільство до сприйняття західних фільмів у відеосалонах. Спочатку

телебачення було інструментом жорсткого ідеологічного контролю, де кожна передача мала виховувати «ідеального» радянського громадянина, а теми та сюжети ретельно цензурувалися. Але з часом це зазнало певних змін, які відобразили глибокі соціальні та культурні зміни в суспільстві періоду перебудови.

Ще задовго до того, як відеосалони заповнили культурний простір СРСР, комсомол вже виявляв певний інтерес до нових форматів дозвілля. Історик Сергій Жук (2008) простежив зв'язок власників відеосалонів із «дискомафією»: комсомольськими активістами, які займалися організацією дискотек та відеосалонів у радянському Дніпрі. «Дискомафія» не була просто групою підприємливих молодих людей, що заробляли на організації розваг; це була ціла система, яка монополізувала ринок західної культури в СРСР: від музики до кіно. «Дискомафія» та капіталістичні практики були тісно пов'язані з виникненням нових економічних відносин у СРСР наприкінці 1980-х років, вони стали символом краху радянської системи та переходу до нових економічних практик. Ця трансформація мала далекосяжні наслідки для радянського суспільства та стала однією з основних причин виникнення нових капіталістичних еліт в Україні та інших країнах колишнього СРСР. Комсомольські активісти, що стояли за такими ініціативами, здобували щось більше за гроші – вони накопичували справжній соціальний капітал (Bourdieu 1986). Це були мережі контактів, доступ до владних і адміністративних ресурсів, досвід маневрування в умовах правової невизначеності – ключові речі для їхнього успіху в пострадянській Україні. Фактично, соціальний капітал, накопичений у 1980-х, виявився значно продуктивнішим за будь-які стартові інвестиції у 1990-х. Як слушно зауважує Жук (2008), «дискомафія» в Україні стала символом комерціалізації радянської культури та виникнення капіталістичних практик серед молоді. Багато лідерів пострадянської України, наприклад, таких як Юлія Тимошенко та її чоловік, почали свою бізнес-кар'єру саме з організації дискотек та – пізніше – відеосалонів (Zhuk 2008).

До кінця перебудови в Україні виникло понад 100 комсомольських підприємств, які стали основою для майбутніх бізнес-корпорацій, таких як «Газова імперія» Юлії Тимошенко та «ПриватБанк» Ігоря Коломойського та Сергія Тігіпка (Zhuk 2008). Ці підприємці, які почали свій шлях як комсомольські активісти, стали частиною пострадянської олігархії України. Вони використовували свій соціальний капітал та адаптивність для захисту своїх бізнес-інтересів та участі в політичному житті країни. У містах, як-от Дніпро, комсомольські відеосалони стали центрами західної культури. Вони працювали за згодою місцевої влади, яка отримувала хабарі за лояльність, що робило «дискомафію» частиною великої системи корупції та капіталістичної діяльності наприкінці 1980-х. Відеосалони стали першими прикладами нової моделі споживання, де культура перестала бути державною монополією: люди отримали змогу самостійно обирати, що дивитися і як проводити вільний час. Це був початок нової економіки та ментальності – пострадянської, підприємницької, гнучкої, що згодом сформувала нових господарів життя в незалежній Україні (Zhuk 2008).

Водночас більшість звичайних відвідувачів відеосалонів не цікавилася особистостями власників цих закладів. На запитання, чи знали користувачі, кому належали відеосалони, які вони відвідували, більшість відповідала, що ні, хоча також надійшло декілька цікавих відповідей: «бандитам, кому же еще» (Northern 09.04.2025) («Бандитам, кому ж ще»), «нет не знали, тогда еще интернета не было, хотя все их называли барыгами» (Гість 163907 09.04.2025) (Ні, не знали, тоді ще інтернету не було, хоча всі їх називали баригами»). Це свідчить про певний соціальний розрив між власниками та відвідувачами, а також про неоднозначне ставлення до власників відеосалонів у суспільстві.

Отже, радянський кінематограф ХХ століття став не лише засобом масової розваги, а й потужним інструментом формування суспільної свідомості, ідеологічного впливу та соціального конструювання. Кіно активно використовувалося для виховання «нової радянської людини», закріплення цінностей та моделей поведінки, що відповідали офіційній ідеології. Водночас

із появою альтернативних форматів дозволя, таких як відеосалони, відбулася поступова втрата монополії держави на цей вимір культурного простору. Це сприяло комерціалізації культури, виникненню нових економічних відносин і формуванню соціального капіталу, який став основою для появи нових бізнес-еліт у пострадянській Україні.

РОЗДІЛ 2. РЕКОНСТРУКЦІЯ ПРАКТИКИ

Другий розділ досліджує феномен відеосалонів як культурну практику пізньорадянської доби – з її напругою змін та суперечностей. Йдеться не просто про перегляд фільмів на касетах, а про цілий соціокультурний світ, що виникав у темних кімнатах ДК та підвалів, де збиралися люди, аби подивитися те, що ще вчора було недоступним. У першому розділі увага була зосереджена на теоретичному вимірі цього явища, розглянуто, як поява відеотехніки перепліталася з економічною лібералізацією періоду перебудови. Це технічне оновлення стало каталізатором нового типу дозвілля, що виникло в межах старої системи.

У цьому ж розділі здійснюється дослідження феномену відеосалонів, які стали унікальним культурним явищем пізнього радянського періоду, що поєднувало в собі особливості масового дозвілля, соціальної взаємодії та медіаспоживання. Методологічно дослідження базується на комплексному підході, який передбачає збір і аналіз емпіричних даних, отриманих через опитування на тематичних інтернет-форумах, зокрема на Reddit та Харків Форум, де вдалося залучити широку аудиторію респондентів, що поділилися своїми спогадами та враженнями. Цей підхід дозволяє не лише реконструювати матеріальні та просторові характеристики відеосалонів, а й заглибитися у суб'єктивний досвід відвідувачів, виявити загальні соціальні практики, емоційні настрої та культурні сенси, які формувалися навколо цього явища.

Розглядається, у яких фізичних просторах функціонували відеосалони, які умови створювалися для глядачів, і як саме це впливало на сприйняття фільмів та колективний досвід перегляду. Опитування показали, що відеосалони часто існували у напівлегальних або нетипових локаціях, що надавало їм певної автентичності й особливого шарму, а також формувало специфічну атмосферу, яка відрізнялася від офіційних культурних інституцій.

Цей просторовий контекст тісно переплітається з соціальними аспектами – відвідувачі відеосалонів не просто споживали контент, а ставали учасниками особливих ритуалів спільного перегляду.

Важливою складовою дослідження є аналіз змістового наповнення репертуарів відеосалонів, що відкривало радянським глядачам доступ до ширшого спектра культурних продуктів, зокрема західної кінематографії, яка у багатьох випадках була недоступною через офіційні культурні канали. Відгуки респондентів демонструють, що вибір фільмів і жанрів у відеосалонах не лише задовольняв інтереси різних аудиторій, а й відображав соціокультурні настрої та прагнення до нових форм дозвілля. Такий контент створював особливий культурний простір, де поєднувалися елементи забороненого, екзотичного та звичного, що збагачувало повсякденний досвід і сприяло формуванню нових смислів.

Окрему увагу в дослідженні приділено феномену закадрового перекладу, який став невіддільною частиною відеокультури того часу й відіграв роль своєрідного культурного посередника між західним контентом і радянською аудиторією. Голоси перекладачів, їхній стиль і манера озвучки створювали унікальну атмосферу, яка стала частиною колективної пам'яті покоління. Аналіз цих аспектів дозволяє глибше зрозуміти, як через локальні практики адаптації та трансформації глобальних медіа формувалися нові культурні наративи та спільноти.

Таким чином, цей розділ поєднує історичний, соціокультурний та емпіричний підходи, використовуючи аналіз форумних свідчень, що дає змогу всебічно розкрити феномен відеосалонів як складний і багатовимірний культурний процес, який відображає трансформації суспільства, культури та медіаспоживання у пізньорадянський період.

2.1. Просторові особливості радянських відеосалонів

У науковому дискурсі бракує тематичних розвідок, що описували б, як виглядали відеосалони, якою була процедура придбання квитків, атмосфера перед показом, а також якими були типові патерни поведінки та самопочуття потенційного радянського глядача у публічному просторі, що оточував кіноперегляд. Ці елементи формували унікальний соціокультурний досвід, який виходив далеко за межі простої демонстрації фільму. Відеосалони були не лише місцем перегляду, а й своєрідним культурним середовищем. Це була повсякденна культура звичайних радянських громадян, що стосувалася їхнього загального способу життя (Williams 1960). Відеосалони як культурні інституції відображали цей широкий спектр практик, будучи частиною соціального контексту, у якому відбувалося не лише споживання мистецтва, а й взаємодія між людьми, створення спільнот і культурних значень. Під час вивчення феномену відвідування відеосалонів необхідно враховувати всі супутні соціальні та культурні явища, що відбувалися «навколо кіно».

Відвідування відеосалонів було не просто новим форматом дозволя, а справжнім соціокультурним ритуалом. Він формувався під впливом суспільних норм, колективних очікувань і звичок, які визначали, як радянські громадяни сприймали цей медіапростір. З погляду культурології та соціології, ритуал – це не просто формальна дія, а цілий комплекс символічних жестів, що допомагають людям відчувати спільність. Відомий антрополог Віктор Тернер (1969) у своїх працях підкреслював, що ритуали є процесами «перехідності» (лімінації), де індивіди тимчасово виходять зі звичного соціального контексту, щоб увійти в особливий стан, що дозволяє переживати нові смисли та досвід. Відеосалони, таким чином, ставали просторами лімінації, де відвідувачі залишали буденність і входили у світ іншої реальності, створеної кінематографічним образом та не представленими в СРСР жанрами.

Типовий відеосалон – це невелика кімната із декількома рядами звичайних дерев'яних чи відкидних стільців (МКН 10.04.2025), де збиралися охочі подивитися фільм: «В основном, видеосалоны были в

неприспособленных для этого помещениях. какой-нибудь подвал-полуподвал. с минимальным ремонтом или без него» («Здебільшого, відеосалони були у непристосованих для цього приміщеннях. Який-небудь підвал чи напівпідвал. З мінімальним ремонтом або без нього»). У відеосалонах, залежно від розмірів приміщення, могли зібратися як невеликі компанії з 4-12 осіб, так і більші групи. У центрі подій – відеомагнітофон, підключений до звичайного телевізора, найчастіше вітчизняного виробництва, з декодером PAL/SECAM (MKN 10.04.2025), а діагоналю екран був лишень 61 см (-Aliance- 11.04.2025).

Опитувані користувачі згадували абсолютно різні та часто неочікувані місця, де могли розміщуватися відеосалони; вони підлаштовувалися під ландшафт міст та сіл, адаптувалися під простори, які вже існували, нерідко це призводило до цікавих та незвичних локацій, в яких можна було подивитися донедавна недоступні фільми. Як правило, це могли бути будь-які порожні приміщення; один зі свідків згадує: «...это могли быть любые пустые помещения от какого-нибудь подвальчика до детского кино клуба. Даже сам лично видел арендовали (точно не помню какой именно) вход в метрополитен» (MKN 10.04.2025) («Це могли бути будь-які порожні приміщення: від якогось підвальчика до дитячого кіноклубу. Навіть сам особисто бачив орендували (точно не пам'ятаю який саме) вхід до метрополітену»). Інший користувач описує різноманітність відеосалонів так: «Салоны были разные, в основном малые залы ДК, на периферии особо запомнился автобус, "приспособленный" для видео-показа, но я в него не полез))» (-Aliance- 11.04.2025) («Салони були різні, переважно малі зали ДК, на периферії особливо запам'ятався автобус, "пристосований" для відеопоказу, але я в нього не поліз»). Також підкреслюється, що всі ці місця часто були сумнівними: «все це було в напівлегальних місцях або десь у підвалах, або десь в "офісах" яких ще не існувало» (pSlava 23.04.2025). Так відеосалони використовували доступні, іноді непримітні приміщення, які не вимагали великих витрат на оренду і дозволяли організувати кінопокази для місцевої аудиторії. Це відображає специфіку того часу, коли офіційна інфраструктура

для кіноперегляду була обмеженою, а попит на фільми без цензурних обмежень змушував шукати альтернативні простори для перегляду.

Інформація про фільми, які планували показувати у відеосалонах, поширювалася досить просто і без зайвого пафосу. Афіші були саморобними та дуже скромними – зазвичай це був звичайний аркуш паперу, на якому вручну розписували розклад сеансів, назву фільму та його жанр у дужках (sociopat666 23.04.2025). Такий підхід відображав невеликі масштаби та аматорський характер багатьох відеосалонів, де, звісно, не було професійного маркетингу чи рекламних кампаній: це й не було потрібно. Один із користувачів згадує: «Відеосалони працювали кожен день. В 18:00 початок. На двері оголошення що планують показати сьогодні. Назви звісно нам нічого не говорили. Тому вони були максимально адаптовані на кшталт «Американський ніндзя III». Могли додавати ім'я актора, якщо це був хтось типу Шварца чи Чака Норіса» (Bubbly_Delivery_2751 23.04.2025). Тобто для більшості глядачів назви фільмів були малознайомими – та й не було можливості якимось чином дізнатися про них перед походом у відеосалон, – тому організатори адаптували їх, звертали увагу пересічного глядача на знайомі імена акторів, які вже пішли «в народ» (як-от Арнольд Шварценеггер чи Чак Норріс), або на популярних жанрах.

Процедура початку сеансу була досить простою: зазвичай приїжджав власник або організатор відеосалону, заносив відеомагнітофон і запускав показ (-Aliance- 11.04.2025). Це створювало атмосферу домашнього кінотеатру, де глядачі збиралися у невеликих приміщеннях, щоб подивитися фільм разом. Такий формат був зручним і доступним, а також дозволяв швидко організовувати покази новинок, які не можна було побачити у звичайних кінотеатрах через цензуру або обмежений репертуар.

Для когось відеосалони справді змогли стати об'єднаним досвідом: «Один телек и куча народа, темнота.... и мы все в одной куче, ты не знал кто рядом, но на время сеанса ты с ним фактически одна семья, все смеялись и от страха кричали, все вместе» (Гість 163907 09.04.2025) («Один телевизор і купа

людей, темрява, і ми всі в одній купі, ти не знав, хто поруч з тобою, але протягом сеансу ви фактично були однією сім'єю, всі сміялися і кричали від страху, всі разом»). У цих залах, часто невеликих і неофіційних, збиралися люди різного віку та родів діяльності, об'єднані спільним бажанням подивитися фільм, який не завжди можна було побачити у звичайному кінотеатрі. Атмосфера була живою і невимушеною, адже глядачі не просто пасивно сприймали кіно, а емоційно взаємодіяли один з одним – сміялися, перелякувалися, обговорювали побачене прямо під час сеансу. Це створювало відчуття близькості, коли незнайомці на час перегляду ставали об'єднаними емоціями та новими враженнями.

Однак не всі відвідувачі сприймали таку атмосферу відеосалонів однаково позитивно. Попри те, що відеосалони пропонували значно більшу свободу у порівнянні з правилами поведінки в традиційних кінотеатрах, вона могла стати причиною дискомфорту. У відеосалонах люди могли почувати себе вільніше, більш розслаблено, але водночас відсутність формальних норм і контролю за порядком означали, що в залі могли бути присутні різні компанії, які не завжди дотримувалися тиші під час перегляду. Це створювало неоднозначний досвід – з одного боку, можливість вільно спілкуватися і насолоджуватися фільмом, а з іншого – ризик опинитися серед незнайомих і не завжди приємних співглядачів. Ось як відгукувався про відеосалони один з опитуваних користувачів: «Помню один раз сходив в такой салон. Но понял смотреть телевизор с третьего ряда в окружении каких-то мутных типов, к тому же комментирующих каждый эпизод – не мое» (Lancelott 09.04.2025) («Пам'ятаю один раз сходив у такий салон. Але зрозумів, що дивитися телевизор із третього ряду в оточенні якихось мутних типів, які до того ж коментують кожен епізод – не моє»). Такий досвід підкреслює, що соціальний складник відеосалонів був неоднозначним та залежав від конкретної аудиторії та атмосфери в залі.

2.2. Репертуар відеосалонів

Власники відеосалонів мали доступ до, здавалося б, безмежної кількості закордонних фільмів – переважно з рейтингом «В». Так називали малобюджетне жанрове кіно, яке створювалося швидко й економно, часто з мінімальними художніми амбіціями. Такі стрічки зазвичай мали простий сюжет, маловідомих акторів, низьку якість спецефектів і не претендували на серйозне мистецтво, але це не означало, що їх не дивилися. Такі фільми змогли стати популярними серед радянських глядачів завдяки своїй розважальності та новизні, адже подібного не зустрічалося в інших культурних інституціях.

На відміну від офіційних кінотеатрів, які були змушені купувати лише легальний контент із суворими обмеженнями (робили це вкрай зрідка, ще й піддаючи фільм жорстокій цензурі), відеосалони працювали по-іншому: вони піратські перекладали все, що потрапляло до рук. Іноді ними були навіть популярні фільми з рейтингом «А» 1990-х років. Рейтинг «А» у контексті американської системи класифікації фільмів не є офіційним терміном, однак у радянському та пострадянському медіасередовищі так позначали високобюджетні, популярні та комерційно успішні західні стрічки, які мали широку аудиторію і високий рівень виробництва.

Це побутове піратство дало радянським громадянам доступ до безлічі різного медіаконтенту. Узагальнивши досвід відвідувачів відеосалонів, щоб виокремити найпопулярніші жанри фільмів, пропонуємо наступну категоризацію:

1. **Бойовики, пригодницькі фільми та фільми про бойові мистецтва**, такі як «Термінатор», «Командо», «Рембо», «Малюк-каратист», а також усі фільми з Чаком Норрісом, Дольфом Лундгреном, Стівеном Сігалом, Жан-Клодом Ван Даммом, Брюсом та Бренденом Лі (Kornatsky 2023). Як згадує один з опитуваних користувачів: «Джеккі Чан взагалі збирав повний зал + 20 стоячих місць» (Пошляк 09.04.2025);

2. **Комедії** – серед опитуваних це виявилось найменш популярною категорією. Як зазначав один із користувачів, частіше ходили на фантастику

та бойовики, рідше – на комедії та «каратешную махаловку руками/ногами» (- Alliance- 11.04.2025) («Карате-штовханину руками чи ногами»). Проте загалом можна відзначити «Рожеву пантеру», «Поліцейську академію», «Голий пістолет» та інші комедії категорії «В» (Kornatsky 2023);

3. **Трилери, фантастика та жахи**, як-от «Зоряні війни», «Хижак», «Скажений Макс», «П'ятниця 13-е», «Кошмар на вулиці В'язів», «Чужі», «Назад у майбутнє», «Муха», «Повсталий з пекла», «Американський перевертень у Лондоні», «Зловісні Мерці», «Дещо»;

4. **Еротика**, яка була абсолютно новою й захопливою для стриманих радянських глядачів – зокрема «Плід дозрів» та його численні варіації, «9 1/2 тижнів» і «Злиття двох місяців» (Kornatsky 2023).

Якщо говорити про соціологічні показники, вік відвідувачів міг сильно відрізнятися, тим паче, що це залежало від фільму, який у цей момент показували. На мультфільми ходило багато дітей (найчастіше дивилися «Тома і Джеррі», старших цікавили бойовики, фантастика та жахи: молоді люди часто ходили у відеосалони, аби розслабитися. Як згадує один із відвідувачів: «Ходили на такие сеансы шоколата по большей части, пенсы тех времен не ходили по таким заведениям» (Гість 163907 09.04.2025) («Ходили на такі сеанси школярі здебільшого, пенси (старші люди) тих часів не ходили по таких закладах»). Проте зі спогадів іншої опитуваної, їй запам'яталася здебільшого доросла аудиторія під час відвідування відеосалону у круїзній прогулянці Дніпром із Києва в Одесу (jesterboyd 23.04.2025), як й іншому користувачу, який зазначав, що «середній вік відвідувачів десь 30+ був» (sociopath666 23.04.2025).

До того ж, такі походи не кожен міг собі дозволити: відеосалони у кінці 1980-х – початку 1990-х років не були дешевою розвагою, особливо порівняно з традиційними кінотеатрами. Згідно з проведеним опитуванням, ціна за перегляд фільму у відеосалоні становила близько 1 рубля, що було значно дорожче, ніж квиток у кінотеатр: «Цена просмотра фильма будь то боевик, комедия или ужасы – 1 рубль, мультфильмы стоили 50 копеек» (MKN

10.04.2025) («Ціна перегляду фільму чи то бойовик, чи то комедія, чи то жахи – 1 рубль, мультфільми коштували 50 копійок»), «Цена 1 рубль. По тем временам кинотеатры были (если не ошибаюсь) 40-60 коп» (B&W 12.04.2025) «Ціна 1 рубль. На ті часи кінотеатри були (якщо не помиляюся) 40-60 коп»). Таким чином, відеосалони пропонували розвагу приблизно вдвічі дорожчу за кінотеатр. Деінде навіть зустрічалися нижчі ціни на кіно: «В кінотеатрі Парк, сеанс мультів стоїв 20 копійок, фільм 30-50 коп» (В.И.Лемминг 09.04.2025). Проте, попри вищу ціну, люди відвідували відеосалони через унікальний репертуар, представлений там: «Видеозалы не дешевое удовольствие, но ходили, потому-что репертуар был совсем другой» (B&W 12.04.2025) («Відеозали недешеве задоволення, але ходили, бо репертуар був зовсім інший»). Щодо специфічного контенту, наприклад, справжньої порнографії, не еротики, ціна за сеанс була ще вищою – близько 3 рублів (rocksigal 09.04.2025), але таких місць було дуже мало: «Откровенное порно очень редко где показывали, его смотрели по домам у богатеньких с видухой, своей компанией» (Гість 163907 09.04.2025) («Відверте порно дуже зрідка де показували, його дивилися по домівках у багатеньких з відухою (відеомагнітофоном), своєю компанією»).

До розмови про еротика, було зафіксовано цікаву подію: 1 березня 1987 року «Правда» зустрілася із заступником Генерального прокурора СРСР Сергієм Шишковим, щоб обговорити тривожний сплеск «пропаганди культу насильства і жорстокості» – іншими словами, порнографії. Шишков тоді змалював похмуру картину: до Радянського Союзу проникало все більше порнографічних відеоматеріалів, які контрабандою ввозили іноземні туристи та радянські громадяни, що поверталися з-за кордону. Він попереджав, що ці матеріали спотворюють уявлення людей про добро і зло, змушуючи їх «плутати чорне з білим». Найбільше його турбувало те, що навіть добропорядні громадяни – вчителі, інженери – були втягнуті в контрабанду та розповсюдження цього контенту (McNair 2006). Виявляється, що це був не єдиний подібний випадок, і окрім захопливих настроїв відвідувачів

відеосалонів, кому поталанило знайти сеанс із порно контентом, також ширилися тривожні наративи серед радянських громадян. Одна з опитуваних згадує наступний випадок: «А ще пам'ятаю, що класика тоді провела спеціальне класне зібрання, де казала батькам, щоб діти не дивились жахи і еротику» (В.И.Лемминг 09.04.2025), що свідчить про стурбованість впливом подібних фільмів на молодь. Інший свідок розповідає про випадок у Костромі 1988-1989 років, коли під час шкільної турпоїздки діти дивилися американську сексуальну комедію «Останній незайманий в Америці», і вчителі були шоковані, що на цей фільм пішли всі діти, навіть 10-12 років (B&W 12.04.2025).

Отже, хоча більшість фільмів були малобюджетними та не претендували на високе мистецтво, саме їхня доступність і різноманітність зробили відеосалони надзвичайно популярними. Люди йшли туди не лише заради розваги, а й за відчуттям свободи – можливістю побачити те, що раніше було заборонено та недоступно. Відеосалони стали місцем, де поєднувалися різні покоління, інтереси та смаки. Водночас поширення еротичного та навіть порнографічного контенту викликало тривогу і дискусії, що відображало складність і неоднозначність цього періоду для пересічного радянського громадянина. Загалом, репертуар відеосалонів демонструє, наскільки сильно люди прагнули нових вражень і як культура почала виходити за межі офіційних рамок, закладаючи основу для подальших змін у сприйнятті медіа і дозволяючи в пізньорадянському культурному просторі.

2.3. Перекладачі як культурні посередники: феномен радянського «одноголосого» дубляжу

Багато перекладачів закадрового голосу були досвідченими майстрами своєї справи, які працювали в офіційних державних установах, але також брали участь у неформальних відеомережах. Ця подвійна роль розмивала межі між офіційним та неофіційним медіаобігом, сприяючи легітимності

неформальної відеоекономіки (Glushneva 2023-2024). Закадровий переклад дозволив радянській аудиторії взаємодіяти з іноземними фільмами та медіа, які інакше були недоступні через державну цензуру та обмежене офіційне розповсюдження. Ця практика була важливою для поширення піратських відеокасет, адже це в принципі робило іноземний контент зрозумілим для радянських глядачів (Glushneva 2023-2024). Впізнавані голоси перекладачів стали спільним культурним досвідом, вони створювали відчуття близькості та зв'язку між глядачами.

Перекладачів розглядали як посередників, які впроваджували глобальні медіа в локальний контекст, сприяючи колективній взаємодії з відеокультурою (Glushneva 2023-2024). Недосконалий, моновокальний та асинхронний характер закадрового перекладу став визначальною рисою радянської відеокультури: західні науковці та деякі популярні східноєвропейські дискурси описують радянський закадровий голос як щось фарсове і сюрреалістичне, іноді зневажливо називаючи цей феномен «вторгненням ідіотських голосів» (Glushneva 2023-2024). Переклад на російську (а саме цією мовою ширилися касети радянською Україною) часто робили настільки поспішно, що голос перекладача накладався прямо поверх оригінального звуку, створюючи різноманітні шуми та затримки. Усього в СРСР було близько десятка перекладачів, які володіли потрібним рівнем знання мов і умінням синхронно перекладати.

Тож західні фільми, що потрапляли в країну нелегально, перекладалися невеликим колом таких синхроністів, як-от Л.В. Володарський, В.О. Горчаков, А.Ю. Гаврилів, О.М. Міхальов, В.К. Дохалов, та інші (МKN 10.04.2025). Вони перекладали по кілька фільмів на день, часто без можливості попереднього перегляду, що позначалося на якості, проте дозволяло швидко поширювати західне кіно серед радянських глядачів (Матасов 2008). Леонід Володарський, безперечно, є найбільш відомим серед усіх, адже став справжнім мемом, озвучки якого іноді ширяться й досі, через унікальне гугняве звучання, яким супроводжувалися перекладені ним стрічки. Це робило його голос майже

невпізнаним, мовляв, щоб уникнути переслідувань за порушення авторських прав. До такого можна було тільки звикати: «Ось звук був часто специфічний, ніби ніс затиснутий» (Dry_Marionberry_5354 25.04.2025), «це була срана озвучка з зажатым носом, одна людина озвучувала усіх. Зажатий ніс це прям щось» (pSlava 23.04.2025) – так згадують його озвучку звичайні глядачі. Кажуть, що він справді або використовував прищипку, щоб контролювати потік повітря, або в молодості зламав ніс, і він залишився пошкодженим (Kornatsky 2023). Так чи інакше, гугнявість озвучки Володарського стала справжнім унікальним явищем, що трималася як певний тренд аж до кінця 1990-х.

Так Володарський озвучив понад 5 000 фільмів за всю кар'єру, він перекладав їх без попереднього перегляду і навіть без прослуховування власних робіт. Через це в його перекладах було багато помилок і пропусків, але вони були живими, спонтанними та справжніми. Радянські глядачі цінували це, бо це був фактично єдиний спосіб дивитися нові фільми – кращого просто не було (Glushneva 2023-2024). До кінця 1980-х прізвища перекладачів, такі як Володарський, Горчаков, Гаврилів та Міхальов, отримали визнання «бренду» і часто писалися на піратських відеокасетах поряд із назвами фільмів (Glushneva 2023-2024). Так переклад може перевершити свою функціональну роль і стати формою мистецтва, яка формує культурне споживання. Перекладачі були не просто мовними посередниками, а й певними медіумами, їхні голоси та інтерпретаційний вибір створили нерозривний зв'язок з аудиторією. Насправді, визнання перекладачів як «брендів» підкреслило важливість їхнього внеску в досвід перегляду. Протягом 1980-х та 1990-х років один фільм міг бути перекладений кілька разів різними авторами, що призводило до появи декількох версій одного вмісту. Повторний запис був в основному обумовлений комерційними причинами: відеокасети швидко погіршувалися через часте копіювання (Glushneva 2023-2024).

Проте згодом більше у цьому не було потреби. У 1990-х роках почався процес занепаду відеосалонів, пов'язаний із появою нових технологій і змін у способах перегляду фільмів. Спочатку по телевізійному каналу «АТВ» (пізніше «Тоніс») транслювали фільми з перекладом, що вже зменшувало потребу відвідувати відеосалони. Одна з опитуваних згадує це так: «Смотрела... Терминатор - по Тонису, гораздо раньше. Были дни в программе седьмого - в этот день боевик, в другой комедия. Р.с.первый мой ужастик по Тонису , 1989-1992, точно не помню - Зловещие мертвецы» (ИринаИра 09.04.2025) («Дивилася... «Термінатор» – по «Тонісу», набагато раніше. Були дні у програмі сьомого (сьомий канал) – у цей день бойовик, в іншій – комедія. Р.С. Перші мої жахи по «Тонісу», 1989-1992, точно не пам'ятаю, – «Зловісні мерці»»). Це відображає суттєву зміну у способах перегляду фільмів у 1990-х роках, коли завдяки появі відеотехнологій і телебачення глядачі почали дивитися популярні стрічки вдома, а не, як раніше, у відеосалонах: телебачення з безкоштовними показами фільмів ставало новою альтернативою попереднім місцям для перегляду кіно. Це свідчить про те, що у 1990-х відеосалони почали втрачати свою актуальність, оскільки телевізійні канали, такі як «Тоніс», пропонували регулярні тематичні кінопокази (бойовики, комедії, жахи), що робило доступ до кіно набагато зручнішим і дешевшим для глядачів. В Україні 1990-х років вкотре сталася зміна соціокультурного контексту дозвілля: від походів у кінотеатри та відеосалони до індивідуалізованого домашнього перегляду, що стало можливим завдяки поширенню відеотехніки та появи локальних телеканалів із безкоштовним показом фільмів. Згодом у 1992 році з'явилися платні дешифратори для телевізорів, а люди почали масово купувати відеомагнітофони та приставки з дисководами (ИринаИра 09.04.2025). У розмові про це, один з опитуваних сказав наступне: «это фактически сразу убило все видеосалоны в Харькове» (Гість 163907 09.04.2025) («Це фактично відразу вбило всі відеосалони в Харкові» – але, думаю, це спостереження актуальне для всього українського культурного простору. Протягом 1990-х років люди поступово купували

відеомагнітофони для дому, і потреба ходити у відеосалони відпала. З появою інших телеканалів, таких як «Оріон» і «Симон», така потреба зникла взагалі (MKN 10.04.2025) – люди знову поверталися до телебачення. Таким чином, розвиток телебачення з доступом до фільмів удома, а також поширення домашніх відеопрогравачів і приставок, призвели до того, що традиційні відеосалони перестали бути актуальними, оскільки глядачі отримали можливість дивитися кіно безпосередньо у себе вдома. Це відображає загальну тенденцію 1990-х років в Україні, коли нові технології та ринкові умови змінювали культурні звички та ринок розваг.

2.4. Західна культура в СРСР

Попри офіційну ізоляціоністську політику, радянський культурний простір поступово відкривався до впливів із Заходу ще з 1970-х років. У контексті короткочасного пом'якшення міжнародної напруги («відлиги» в Холодній війні), СРСР формально дозволив обмежений культурний обмін із капіталістичними країнами, намагаючись водночас контролювати його через ідеологічні механізми. Комсомол, як провідник партійної лінії серед молоді, виконував тут ключову роль. Він не лише контролював, а й активно «упаковував» західні культурні продукти, щоб вони органічно вбудовувалися в рамки соціалістичного дозвілля. Першим яскравим прикладом такого дозвілля стали «комсомольські дискотеки», вечірки з танцями, де під пильним оком ідеологів вмикали не лише радянські пісні, а й також відібрані західні композиції (Zhuk 2013). Зростання кількості телепрограм із західними елементами супроводжувалося популяризацією американського кіно, що започаткувало активний кінообмін між США та СРСР. Західна попмузика при цьому стала основним звучанням на дискотеках та у ресторанах в українських містах (Zhuk 2013). Аналіз щоденників українських школярів та серії особистих інтерв'ю, проведений істориком Сергієм Жуком (2013), виявив масове захоплення західною музикою та кіно. Більшість кінопродукції,

доступної в українських містах, була імпортною, зокрема з країн Заходу. У культурному сенсі це був початок тих змін, які зрештою завершилися крахом старої ідентичності радянської молоді. Це залишало запитання: ким тепер є ця міфічна «радянська людина», яку СРСР не залишало зусиль вибудувати?

Певна демократизація культурного простору відкрила шлях до переосмислення панівних радянських цінностей, стимулюючи інтерес до західних моделей. Це відбувалося в умовах, коли офіційна риторика радянського керівництва вступала в дедалі гостріший конфлікт із реальною повсякденністю. Ця суперечність породжувала атмосферу культурної кризи, в якій культура вже не виконувала об'єднувальної функції. Натомість суспільство почало фрагментуватися – між «старим» і «новим», між «радянським» і «західним», між ностальгією та прагненням змін. Ослаблення соціальної згуртованості та зростання напруги стали особливо помітними в країнах Східної Європи, а згодом ці процеси активізувалися і в самому СРСР (Бойко 2004).

Попри поступове послаблення ідеологічного контролю, одним із найбільш закритих сегментів радянської культури залишалося кіновиробництво. Всі сценарії, зйомки й випуски проходили крізь сито партійного нагляду, причому справжню владу над кінопроцесом мали лише центральні органи – Держкіно та ЦК КПРС. У регіонах, за винятком кількох міст із кіностудіями (наприклад, Одеси), обкоми партії практично не впливали на виробництво. Але після 1987 року ця централізована вертикаль дала тріщину. Місцеві партійні організації почали активніше втручатися в ідеологічні суперечки, зокрема навколо фільмів, які, на їхню думку, підривали основи «соціалістичної моралі». Часто місцева цензура виявлялася жорсткішою, ніж у Москві, щоб обмежити прокат фільмів, які розцінювалися як загроза офіційній ідеології (Shlapentokh and Shlapentokh 1993).

Водночас у 1986 році V з'їзд кінематографістів відкрив нові можливості для творчості: скасування обов'язкового затвердження сценаріїв дало митцям більше свободи. Але майже одразу на горизонті з'явився новий суперник за

увагу глядача – ним і був західний відеоринок. Відеосалони, які стрімко множилися у підвалах, палацах культури й квартирах, пропонували жанрове різноманіття, яке поки що не могла запропонувати радянська кінематографічна індустрія: бойовики, жахи, еротика. Відеосалони та недержавний кінопрокат стали новими каналами поширення впливу західної культури. Цей процес можна розглядати в межах теорії культурної глобалізації Робертсона (Танська 2023), де «залізна завіса» виступала бар'єром, який поступово руйнувався під тиском технологічних змін і політичного лібералізму. Світове кіно, що ширилося через відеокасети у радянському культурному просторі, є безперечним показником глобалізації. Культурна глобалізація розуміється як формування так званої «світової культури», яку частина дослідників інтерпретує як синтез найкращих елементів різних культур, тоді як інші – як домінування масової культури. У багатьох країнах зростання впливу західного способу життя викликало неоднозначну реакцію, зокрема побоювання щодо знецінення національних традицій. У посттоталітарних суспільствах, таких як Україна, ці процеси були особливо болісними. Західна мода, музика, мовні зразки й моделі поведінки швидко почали домінувати в публічному просторі, витісняючи радянські символи, хоча нова національна культурна ідентичність ще не встигла сформуватися (чи радше відновитися) повністю. Ситуацію ускладнювали й внутрішні чинники: хронічне недофінансування, технічна відсталість та кадрова криза в радянській, а згодом і пострадянській кінопромисловості. Ці обставини лише посилювали залежність від західного контенту. І хоча пізніше це спричинило появу нової хвилі локального кінематографа, на зламі 1980–1990-х саме імпортовані фільми стали обличчям нової культурної реальності.

Постановка проблеми західного впливу на радянське суспільство у період перебудови є ключем до розуміння того зламу ідентичностей, який пережило ціле покоління. Відеосалони стали не лише каналом для проникнення західної масової культури, а й каталізатором масштабних змін у культурному ландшафті України. Західний кінематограф, трансльований через

нього музика, мода, більш відкрито зображене насильство чи еротика – що до цього були недоступними або табуйованими в офіційному просторі, – раптово стали частиною повсякденного досвіду радянських громадян. Це призвело до виникнення нових моделей споживання культури, формування альтернативних уявлень про світ, а також до появи нових соціальних і культурних ідентичностей, які вже не вкладалися у рамки радянського проєкту. З одного боку, феномен відеосалонів став своєрідним клапаном для суспільної енергії, що накопичувалася десятиліттями репресій, цензури й дефіциту. З іншого – він був симптомом глибшого процесу: розмивання меж між «своїм» і «чужим», між офіційною і тіньовою культурою, між радянським минулим і невизначеним майбутнім. Саме через відеосалони ціле покоління українців вперше масово зіткнулося з західною культурою не як абстракцією, а як живою, привабливою, подекуди приголомшливою реальністю. Відбувся злам ідентичностей: старі радянські наративи втрачали переконливість, а нові, західні, ще не встигли вкоренитися, створюючи ситуацію культурної невизначеності, але й відкритості до експерименту. Завершення феномену відеосалонів було зумовлене низкою причин: падінням СРСР, зникненням дефіциту, здешевленням техніки, появою масового доступу до відеомагнітофонів і касет, а також поступовою легалізацією приватної підприємницької діяльності у сфері культури. Однак цей культурний вибух не зник безслідно. Соціальний капітал, що сформувався навколо відеосалонів – мережі контактів, навички організації, підприємницький досвід, нові форми комунікації та співпраці, – продовжив існувати й після зникнення самих салонів. Саме ці неформальні зв'язки та досвід стали підґрунтям для появи нової хвилі продюсерів, організаторів культурних ініціатив, а згодом і фігур на кшталт Юлії Тимошенко та інших, які вже у незалежній Україні формували сучасний медіаринок та кінопростір. Таким чином, відеосалони не лише відкрили радянським громадянам «вікно у світ», а й заклали основи для нової культурної ситуації, в якій соціальний капітал, сформований у ті роки, продовжує впливати на українське суспільство й сьогодні. Фінал феномену

відеосалонів став фіналом цілої епохи – епохи переходу від закритого, контрольованого простору до відкритого, динамічного й багатоголосого культурного середовища.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дослідження було здійснено комплексний аналіз соціокультурних, історичних та медіа аспектів відеосалонів в Україні періоду перебудови, що дозволило розкрити їхнє значення у контексті трансформації радянського суспільства середини 1980-х – початку 1990-х років. Проведена робота демонструє, що відеосалони виступали не лише як нова форма організації дозвілля, а і як важливий соціальний простір, у якому відбувалися процеси формування альтернативних культурних практик і моделей споживання медіаконтенту. Відеосалони сприяли розширенню культурного горизонту радянських громадян, активізували інтерес до західної культури та стимулювало появу нових форм колективної взаємодії.

Дослідження підтверджує, що виникнення та функціонування відеосалонів було тісно пов'язане з соціально-економічними умовами періоду перебудови, зокрема з кризою радянської системи, дефіцитом культурних товарів, а також із поступовою лібералізацією культурної політики. Відеосалони виступали як своєрідна відповідь на офіційну культурну пропозицію, відкриваючи доступ до нових жанрів, стилів і тем, які раніше були недоступні, заборонені або недостатньо розкриті радянською «офіційною» культурою. Це явище не лише відображало зміни в масовій свідомості, а й активно впливало на неї, сприяючи формуванню нових ідентичностей і культурних орієнтирів, поставивши ціле покоління перед дихотомією між «радянським» та «західним», «старим» та «новим». Таким чином, відеосалони стали одним із символів культурної трансформації, що відбувалася у суспільстві на тлі політичних, соціальних і технологічних змін.

Водночас, попри значний теоретичний і аналітичний потенціал, робота має певні обмеження, пов'язані з недостатньою кількістю емпіричних даних та обмеженістю джерельної бази. Зокрема, бракує ширшого охоплення регіональних особливостей функціонування відеосалонів, а також детального

аналізу економічних аспектів їхньої діяльності. Це зумовлено як специфікою доступних джерел, так і обмеженим обсягом дослідження. Проте ці обмеження не применшують загальної цінності роботи, а скоріше окреслюють перспективні напрямки для подальших досліджень у сфері історії культури, медіа та соціальних трансформацій.

Загалом, дослідження підтверджує, що феномен відеосалонів був важливим елементом культурної трансформації в Україні на межі 1980-х і 1990-х років. Відеосалони не лише розширили спектр культурних практик, а й сприяли формуванню нових соціальних просторів, де відбувалися процеси самоідентифікації, комунікації та культурної адаптації. Вони стали своєрідним каталізатором змін у культурному ландшафті, що відображає ширші суспільні трансформації, пов'язані з розпадом радянської системи та становленням нових соціокультурних реалій. Це явище ілюструє, як культурні інституції та медіа можуть виступати символами змін у періоди соціальних криз.

Результати дослідження можуть слугувати підґрунтям для подальшого вивчення ролі медіа, культурних інституцій і нових форм дозвілля у періоди соціальних змін, а також для розробки більш комплексних моделей аналізу культурних феноменів у пострадянському просторі. Вони відкривають перспективи для глибшого розуміння того, як культурні практики взаємодіють із політичними та економічними процесами, а також, як формуються нові ідентичності у контексті глобалізації та локальних трансформацій.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. -Aliance-. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
2. B&W. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
3. Barnard, Alan. 2011. *Social Anthropology and Human Origins*. Cambridge: University Press.
4. Benjamin, Walter. 2008. *Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Edited by Michael W. Jennings, Brigid Doherty, and Thomas Y. Levin; Translated by Edmund Jephcott, Rodney Livingstone, Howard Eiland, and Others. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
5. Bourdieu, Pierre. 1986. "The Forms of Capital." *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, edited by JG Richardson: 241-258.
6. Bubbly_Delivery_2751. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на форумі Reddit, https://www.reddit.com/r/reddit_ukr/comments/1k61j1u/ваш_досвід_відвідуванн_я_відеосалонів/.
7. Capture. 2023. "The Difference Between VHS and Betamax Tapes and How VHS Became the Household Tape." Capture, April 26, 2023. <https://www.capture.com/blogs/video/vhs-vs-betamax>.
8. Capture. 2023. "The Fascinating History of the Invention of VHS and the Birth of a Home Video Revolution." Capture, April 8, 2023. <https://www.capture.com/blogs/video/when-was-vhs-invented>.

9. CDV. 2022. "Home Video Machines of Eastern Europe." Stereo2go, February 18, 2022. <https://stereo2go.com/forums/threads/home-video-machines-of-eastern-europe.7910/>.
10. Cubitt, Sean. 1991. *Timeshift: On Video Culture*. London: Routledge.
11. Douglas, George H. 1970. "The Hot and Cold Media Principle: Theory or Rhetoric?" *ETC: A Review of General Semantics* 27 (3): 339-344.
12. Dry_Marionberry_5354. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на форумі Reddit, https://www.reddit.com/r/reddit_ukr/comments/1k61j1u/ваш_досвід_відвідування_відеосалонів/.
13. Fedyk, Lidiia, and Taras Ivashkiv. 2020. "The Impact of the Deficit on the Everyday Life of the Ukrainian Family during Perestroika (1986–1991)." *Sciences of Europe* 4(48): 8–13.
14. Fernandez, Neil C. 1997. *Capitalism and Class Struggle in the USSR: A Marxist Theory*. Aldershot: Ashgate.
15. Glushneva, Iuliia. 2023-2024. "Legitimate Transgression: Home Video Culture and Screen Translation(s) in the Late Soviet Union." *JCMS* 63 (2): 23–50.
16. Goulding, Daniel J. 1989. *Post New Wave Cinema in the Soviet Union and Eastern Europe*. Bloomington: Indiana University Press.
17. Grant, Bruce. 1995. *In the Soviet House of Culture: A Century of Perestroikas*. Princeton: Princeton University Press.
18. host_m. 2021. "Как появились и исчезли видеосалоны в СССР." Habr, 9 апреля, 2021. <https://habr.com/ru/companies/vdsina/articles/565276/>.
19. jesterboyd.2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на форумі Reddit, https://www.reddit.com/r/reddit_ukr/comments/1k61j1u/ваш_досвід_відвідування_відеосалонів/.
20. Kornatsky, Nikolai. 2023. "What Were 'Video Salons' & Why Were They So Popular in the USSR?" Gateway to Russia, October 9, 2023. <https://www.gw2ru.com/arts/935-soviet-video-salons>.

21. Kracauer, Siegfried. 1960. *Theory of Film: The Redemption of Physical Reality*. New York: Oxford University Press.
22. Kuzio, Taras. 2000. *Ukraine: Perestroika to Independence*. 2nd ed. New York: St. Martin's Press.
23. Lahusen, Thomas, and Gene Kuperman. 1993. *Late Soviet Culture: From Perestroika to Novostroika*. Durham: Duke University Press.
24. Lancelott. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
25. Lefebvre, Henri. 1974. *The Production of Space*. Translated by Donald Nicholson-Smith. Oxford: Basil Blackwell.
26. Lin, Carolyn A. 1988. "Assessing the Impact of the Evolution of Home Video Culture." Paper presented at the Annual Meeting of the *Association for Education in Journalism and Mass Communication*, 71st, Portland.
27. Marranca, Bonnie, and Gautam Dasgupta. 1989. "The Culture of Perestroika." *Performing Arts Journal* 12 (1): 205–210.
28. McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. London and New York: Routledge & Kegan Paul.
29. McNair, Brian. 2006. *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media*. Taylor & Francis e-Library.
30. MKN. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
31. Mulvin, Dylan, and Jonathan Sterne. 2014. "Media, Hot and Cold. Introduction: Temperature is a Media Problem." *International Journal of Communication* (8): 2497–2507.
32. Northern. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.

33. Prinz, Lotte H. 1947. *From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*. Princeton: Princeton University Press.
34. pSlava. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на форумі Reddit, https://www.reddit.com/r/reddit_ukr/comments/1k61j1u/ваш_досвід_відвідування_відеосалонів/.
35. rocksigal. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
36. Rothenbuhler, Eric, and Mihai Coman, eds. 2005. *Media Anthropology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
37. Shlapentokh, Dmitry, and Vladimir Shlapentokh. 1993. *Soviet Cinematography, 1918–1991: Ideological Conflict and Social Reality*. New York: St. Martin's Press.
38. sociopat666. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на форумі Reddit, https://www.reddit.com/r/reddit_ukr/comments/1k61j1u/ваш_досвід_відвідування_відеосалонів/.
39. Turner, Victor. 1969. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. New York: Cornell University Press.
40. vaiper210. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
41. Video Culture: A Critical Investigation. 1986. Edited by John G. Hanbardt. New York: Zimmermann Multiples.
42. Volkov, Evgeny Vladimirovich and Sapronov Maxim Vyktorovich. 2021. "Soviet City Cinema: Approaches to Historical Research." *Вестник Пермского университета. История* 3 (54): 114–126.

43. Web-Shturman. 2025. "VHS формат і відеосалони 90-х: ностальгія за епохою касетного кіно." Web-Shturman, February 10, 2025. <https://web-shturman.com.ua/vhs-format-i-videosalony-90-h/>.
44. Williams, Raymond. 1960. *Culture and Society, 1780–1950*. New York: Columbia University Press.
45. Zhuk, Sergei I. 2008. "Popular Culture, Identity, and Soviet Youth in Dnipropetrovsk, 1959–84." *The Carl Beck Papers in Russian & East European Studies* (1906): 1–56.
46. Zhuk, Sergei I. 2011. "Rock n Roll Didn't Kill the USSR but It Created Today's Post-Soviet Elite." Ball State University News, August 16, 2011. <https://www.bsu.edu/news/press-center/archives/2011/8/rock-n-roll-didnt-kill-the-ussr-but-it-created-todays-postsoviet-elite>.
47. Zhuk, Sergei I. 2013. "Soviet Young Man: The Personal Diaries and Paradoxical Identities of 'Youth' in Provincial Soviet Ukraine during Late Socialism, 1970–1980s." *Australian and New Zealand Journal of European Studies* 5(2): 24–36.
48. Zhuk, Sergei I. 2017. "From Soviet Disco to Post-Soviet Oligarchy." Hopkins Press Newsroom, February 7, 2017. <https://www.press.jhu.edu/newsroom/soviet-disco-post-soviet-oligarchy>.
49. Zhuk, Sergei. 2008. "'The Disco Mafia' and 'Komsomol Capitalism' in Soviet Ukraine during Late Socialism." *The Carl Beck Papers in Russian and East European Studies*, edited by Graham H. Roberts: 1–69.
50. Бабак, Ольга Анатоліївна. 2016. "Голлівудський кінематограф у процесах глобалізації та універсалізації." *Культурологічна думка* (10): 112–118.
51. Багмет, Михайло, і Світлана Сорока. 2006. "Комсомол та неформальні об'єднання України в період 'перебудови'." *Політичний менеджмент* (5): 164–181.
52. Бойко, Олександр Дмитрович. 2004. *Нариси з новітньої історії України (1985–1991 рр.): Навчальний посібник*. Київ: Кондор.

53. Верховна Рада СРСР. 1988. "Про кооперацію в СРСР." Закон СРСР від 26 травня 1988 р. № 8998-XI. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v8998400-88>.
54. Гість 163907. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
55. Кабінет Міністрів України. 1991. "Про стимулювання заготівель зерна урожаю 1991 року в державні ресурси." Постанова від 4 липня 1991 р. № 67. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-91-p>.
56. Каганов, Юрій Олегович. 2019. "Кіно та програмування архетипів 'радянської людини' (1953–1991): українська версія". *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету* 2 (52): 62–78.
57. Каганов, Юрій Олегович. 2020. "Кремлівське ТБ і український глядач: радянське телебачення у 1950–1980-х роках." *Україна Модерна*, 8 січня, 2020. <https://uamoderna.com/md/kahanov-kremlin-tv/>.
58. Каганов, Юрій Олегович. 2019. *Конструювання 'радянської людини' (1953–1991)*. Запоріжжя: Інтер-М.
59. Рига, Данило. 2025. "Відеосалони у Чернігові наприкінці 1980-х: під дахом комсомолу та криміналітету." *Pechera*, March 11, 2025. <https://pechera.info/oglyadu/385-videosaloni-u-cernigovi-naprikinci-1980-x-pid-daxom-komsomolu-ta-kriminalitetu.html>.
60. Свірек, Кшиштоф. 2021. "Кар'єра VHS як перехідного медіа | Лекція і обговорення." YouTube відео, 1:47:10. Опубліковано 26 травня 2021. Центр міської історії. <https://www.youtube.com/watch?v=ywQasCNSgf4>.
61. Солодько, Павло. 2011. "Найпопулярніші фільми Української РСР і решти Союзу (ВІДЕО)." *Історична правда*, 20 вересня, 2011. https://www.istpravda.com.ua/articles/2011/09/20/55619/view_print/.
62. Сторі, Джон. 2005. Переклад з англійської Сергія Савченка. *Теорія культури та масова культура*. Харків: Акта.

63. Суспільне Львів. 2025. "Кінотеатри. Як 28 кінозалів замінили відеосалони і що сталося потім | Культурні відтинки Львова." YouTube відео, 12:17. Оpubліковано 28 лютого 2025. <https://www.youtube.com/watch?v=iA8gxKE0O10>.
64. Танська, Людмила Вацлавівна. 2023. "Глобалізація культури в контексті динаміки соціокультурних систем." *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. Журнал* (2): 42–47.
65. Шумилович, Богдан. б.д. "VHS як фігура переходу." Центр міської історії, б.д. <https://www.lvivcenter.org/researches/vhs-as-a-figure-of-transition/>.
66. В.И.Лемминг. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
67. Вартанов, Анри Суренович и Сальникова Екатерина Викторовна. 2019. "Советский 'поход в кино' как культурологический феномен." *Проблемы киноискусства и массмедиа* 2 (3): 116–143.
68. Василич. 2018. "Как родился и умер VHS." Stena.ee, 25 ноября, 2018. <https://www.stena.ee/blog/kak-rodilsya-i-umer-vhs>.
69. Дмитриевский, Виталий Николаевич. 2019. "Эпоха перестройки: формирование новых культурных парадигм." *Искусство и общество ХХ* (4): 564–579.
70. Дрозд, Шерман. 2019. "Эпоха VHS. История видеосалонов в Украине." Амнезія, 18 листопада, 2019. <https://amnesia.in.ua/vhs-ua>.
71. ИринаИра. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannja-video-saloniv.5483289/>.
72. Куртов, Михаил Алексеевич. 2011. "Кино как социальный опыт." *CORE*: 1-13.

73. Матасов, Роман Александрович. 2008. "История перевода и переводческих учений." *Вестник Московского университета. Теория перевода* 22 (3): 3–27.

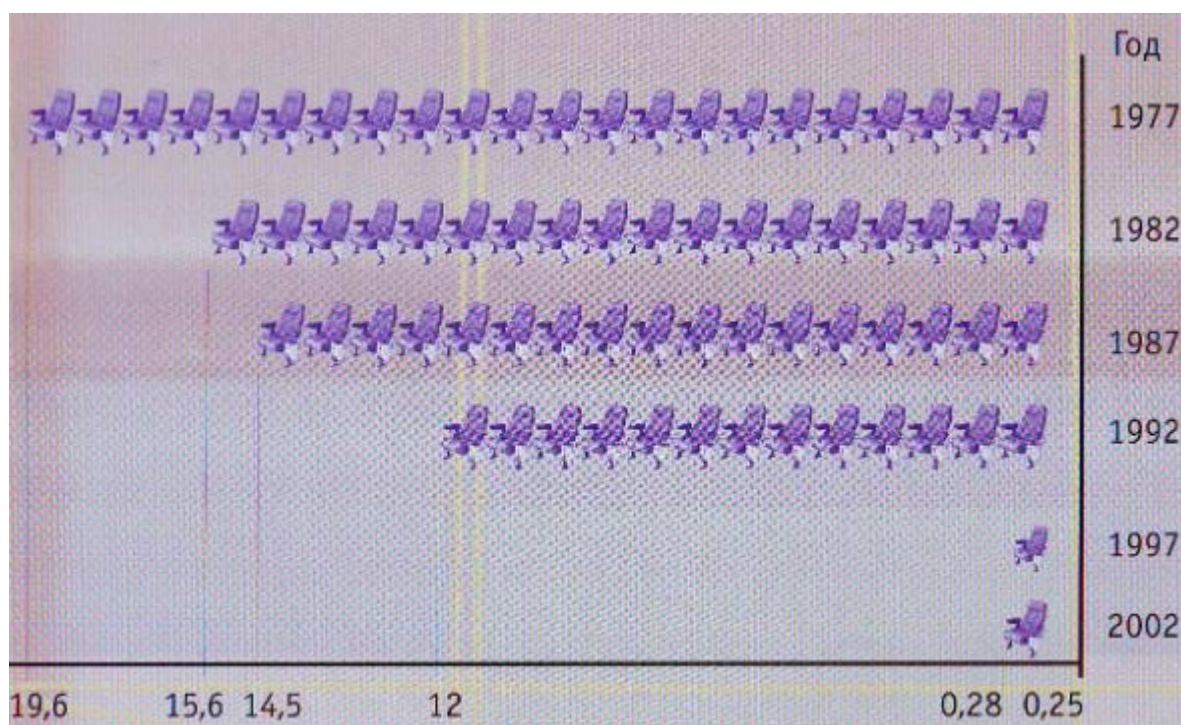
74. Моисеенко, Арсений Дмитриевич. 2023. "Перестройка видеодола (1985–1988): государственный контроль и его ограничения." *Новое прошлое* (3): 157–172.

75. Пошляк. 2025. "Ваш досвід відвідування відеосалонів." Повідомлення на Харків Форум, <https://www.kharkovforum.com/threads/vash-dosvid-vidviduvannya-videosaloniv.5483289/>.

76. UCI Online. 2021. "Видеосалоны: феномен позднего совка и начала 1990-х - как это было в Одессе." UCI Online, 20 січня, 2021. <https://usionline.com/videosalony-fenomen-pozdnego-sovka-i-nachala-1990-h-kak-jeto-bylo-v-odesse>.

77. Храмов, Валерий Борисович. 2009. "Советское кино как феномен советской культуры." *Теория и практика общественного развития*: 182-200.

ДОДАТКИ



Додаток 1

Зображення 1. Відвідування кінотеатрів у СРСР (до 1991 року) та в Росії.

Джерело: Солодько, Павло. 2011. “Найпопулярніші фільми Української РСР і решти Союзу (ВІДЕО).” Історична правда, 20 вересня, 2011.

https://www.istpravda.com.ua/articles/2011/09/20/55619/view_print/.

№ п\п	Название	Киностудия	Год	Жанр	Кол-во зрителей, млн.
1	Пираты XX века	Им. Горького	1980	Приключенческий боевик	87,6
2	Москва слезам не верит	Мосфильм	1980	Мелодрама	84,4
3	Бриллиантовая рука	Мосфильм	1969	Эксцентрическая комедия	76,7
4	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика	Мосфильм	1967	Эксцентрическая комедия	76,5
5	Свадьба в Малиновке	Ленфильм	1967	Комедия	74,6
6	Экипаж	Мосфильм	1980	Кинороман с элементами фильма-катастрофы	71,1
7	Операция "Ы" и другие приключения Шурика	Мосфильм	1965	Эксцентрическая комедия	69,6
8	Щит и меч	Мосфильм	1968	Военный героико-приключенческий фильм	68,3
9	Новые приключения неуловимых	Мосфильм	1969	Историко-революционный эксцентрический фильм	66,2
10	А зори здесь тихие...	Им. Горького	1973	Военно-героический кинороман	66,0
11	Человек-амфибия	Ленфильм	1962	Фантастическая мелодрама	65,4
12	Джентльмены удачи	Мосфильм	1972	Эксцентрическая комедия	65,0
13	Табор уходит в небо	Мосфильм	1976	Мелодрама	64,9
14	Калина красная	Мосфильм	1974	Трагическая мелодрама	62,5
15	Афоня	Мосфильм	1975	Комедия	62,2
16	Корона Российской империи, или снова неуловимые	Мосфильм	1973	Историко-революционный эксцентрический фильм	60,8
17	Иван Васильевич меняет профессию	Мосфильм	1973	Эксцентрическая комедия с элементами фантастики	60,7
18	Мачеха	Мосфильм	1974	Мелодрама	59,4
19	Служебный роман	Мосфильм	1978	Комедия-мелодрама	58,4
20	Война и мир	Мосфильм	1966	Исторический роман-экранизация	58,3

Додаток 2

Зображення 2. ТОП-20 найпопулярніших фільмів загальносоюзного кінопрокату (до 1991 року).

Джерело: Солодько, Павло. 2011. "Найпопулярніші фільми Української РСР і решти Союзу (ВІДЕО)." Історична правда, 20 вересня, 2011.

https://www.istpravda.com.ua/articles/2011/09/20/55619/view_print/.