

**Заклад вищої освіти  
«Український католицький університет»**

**Гуманітарний факультет**

**Кафедра історії**

Кваліфікаційна робота на тему:

**РАДІО В ЩОДЕННОМУ ЖИТТІ АМЕРИКАНЦІВ У ПЕРІОД ВЕЛИКОЇ  
ДЕПРЕСІЇ**

Виконала студентка 4 курсу,  
групи ГІС-19Б

Галузі знань 03 Гуманітарні науки  
Спеціальності 032 Історія та археологія

Освітньої програми «Історія»

Освітній ступінь Бакалавр

**Шкраб'юк Гальшка Андріївна**

Науковий керівник:

к. і. н., доцент

**Питльована Лілія Юріївна**

ЛЬВІВ-2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>I. РОЗВИТОК РАДІОМОВЛЕННЯ У США У ПЕРШІЙ ТРЕТИНІ ХХ ст.</b> ..	9
1.1 Радіомовлення у США та особливості його організації у період Великої Депресії .....	9
1.2 Радіо як канал державної інформаційно-комунікаційної діяльності (на прикладі «Бесід біля каміна» Ф. Рузвельта).....	15
<b>II. ІНФОРМАТИВНО-ЕМОТИВНИЙ ВПЛИВ РАДІО НА ЖИТТЯ АМЕРИКАНЦІВ 20-30-х рр. ХХ ст.</b> .....	27
2.1 Радіореклама як рушійна сила суспільства споживання.....	27
2.2 Музично-розважальний контент радіостанцій як чинник емоційно-психологічної адаптації суспільства до Великої економічної кризи.....	36
<b>III. УКРАЇНСЬКІ РАДІОПРОГРАМИ В США (на основі матеріалів з Українського музею-архіву в Клівденді, штат Огайо)</b> .....	53
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	69
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	72
<b>ДОДАТКИ</b> .....	81

## ВСТУП

В умовах російсько-української війни та спричиненої нею економічної кризи *особливо актуальним* є аналіз епохи Великої Депресії як одного із найбільш переламних періодів в історії людства у ХХ ст. Беручись за дослідження цього періоду, зазвичай дослідники розглядають його крізь призму економічних чи політичних процесів. Водночас, розгляд культурного розвитку США 20-30-х рр. ХХ ст. засвідчує появу нових цікавих тенденцій і явищ, які до того ж чималою мірою допомогли американцям адаптуватися до скрутних економічних обставин періоду. *Науковою новизною цієї роботи* є аналіз впливу радіо у суспільно-політичному, економічному та культурному просторі Сполучених Штатів у період Великої Депресії, його місця у щоденному житті американців. Науковий інтерес також становить дослідження історії розвитку україномовного радіомовлення у США у період Великої економічної кризи і його ролі у житті української громади.

**Мета:** дослідити історію розвитку радіомовлення у 1920-1930-ті рр. у США, проаналізувати яке місце воно посідало у щоденному житті американців під час Великої Депресії.

**Завдання:** 1) дослідити історію розвитку радіо у США у період Великої Депресії; 2) на прикладі «Бесід біля каміна» – радіозвернень Ф. Рузвельта до нації – з'ясувати роль радіо як каналу державної інформаційно-комунікативної діяльності; 3) проаналізувати зміст і характер радіореклами та її вплив на поведінку американців як споживачів рекламованої продукції у період становлення суспільства споживання у США; 4) з'ясувати можливості розважального контенту радіо як засобу морально-психологічної адаптації населення до складних соціально-економічних реалій періоду Великої Депресії; 5) на основі діаспорних видань проаналізувати особливості україномовних радіопрограм і їх роль в житті української громади у США.

**Об'єкт дослідження:** історія радіо в США у період Великої Депресії

**Предмет дослідження:** роль радіо у щоденному житті американців; його вплив на соціальні, політичні, економічні, культурні аспекти життя американського суспільства у період Великої економічної кризи 20-30-х рр. ХХ ст.

**Хронологічні та географічні межі:** період Великої Депресії у Сполучених Штатах Америки – 1929-1939 рр.

**Методи дослідження:** методологічний алгоритм дослідження передбачав такі етапи: виявлення фактів та особливостей розвитку радіомовлення у США у період Великої Депресії – аналіз їх впливу на життя американців - інтерпретація цих впливів у контексті загальних тенденцій розвитку американського суспільства досліджуваного періоду.

Щоб отримати уявлення про роль і вплив радіо у період Великої Депресії був використаний історичний метод, застосований до вивчення джерел (аудіоматеріалів, газет, особистих свідчень тощо). З його допомогою було встановлено, як радіопрограми впливали на громадську думку, відігравали інформаційну, освітню, розважальну функції.

Застосування елементів контент-аналізу щодо радіопередач періоду Великої Депресії дозволило вивчити їх зміст, інформаційний і розважальний контент (новини, радіопостановки, музичні шоу, рекламу, ін.), зрозуміти теми, які домінували у радіомовленні періоду. Результати аналізу дозволили зробити висновки щодо соціального і морально-психологічного впливу радіопрограм на американців.

Соціально-економічний підхід був застосований для встановлення кореляції між радіорекламою та поведінковими стратегіями аудиторії як споживачів рекламованих товарів у період становлення суспільства споживання, а також для використання змісту радіореклами для порівняння економічного становища населення у 20-ті та 30-ті рр. ХХ ст.

Роль радіо у житті американського населення була проаналізована не лише з точки зору історії, а й потребувала розгляду його як феномену масової комунікації, засобу соціально-психологічного впливу, елементу масової культури.

*Джерела:* для написання цієї роботи були використані наступні джерела:

1. Промови Ф. Рузвельта на радіо під назвою «Бесіди біля каміна». Детальніше вплив промов на сприйняття і розуміння американцями реформ «Нового курсу» був проаналізований на прикладі Бесіди №1 (1933) про банківську кризу; Бесіди №4 (1933) про економічний прогрес і Бесіди №8 (1936), присвяченої фермерам та робітникам. За допомогою аналізу радіозвернень Ф. Рузвельта прослідковано можливості використання радіо як каналу комунікації влади з населенням і його значення у період Великої Депресії.
2. Аудіо-п'єси та комедійні радіошоу, а саме: “Amos and Andy” (1928), “Jack Benny” (1932), “Burns and Allen” (1934), “The Shadow” (1937), “The War of the Worlds” (1938). Відібравши та прослухавши найвідоміші тогочасні радіовистави та радіошоу, я з'ясувала, яке місце вони посідали у щоденному житті американців як засіб розваги та втечі від важких реалій Великої Депресії. Також намагалась прослідкувати, які види і жанри радіопрограм були найбільш популярними серед слухацької аудиторії і чому.
3. Радіореклама таких брендів як “Pepsi Cola” та “Wheaties”. На прикладі двох тогочасних радіореклам я змогла проаналізувати їх вплив на американців, чи купували вони той продукт, про який найчастіше чули із їхнього радіоприймача.
4. Підбірки газет (статті) з таких видань як: діаспорне видання «Америка» за 1932, 1933 та 1935 роки; «Свобода» (1933); “The Wireless Age” (1921); “The Evening Star” (1926); “The Pittsburgh Press” (1926); “Radio Digest” (1928). Газети слугували мені як джерело загальної

інформації про кількість і різноманітність радіостанцій та радіопрограм. Також у газетах я знайшла багато оголошень про радіо-концерти та інші радіопередачі, і базуючись на цьому змогла з'ясувати, чому більше надавали перевагу слухачі.

5. Художні фільми: “Tom and Jerry” (1940), “Dial “M” for Murder” (1954). Фільми слугували мені лише як приклад, де зображено наскільки суспільство залежне та захоплене радіо. В обох фільмах показано випадок із радіовиставою та реакція слухачів.

**Історіографія:** найбільше у своїй роботі я використовувала монографію<sup>1</sup> американського історика та дослідника Брюса Лентала про радіо в 1930-ті, де автор аналізує, фактично все, що транслювало радіо в епоху Депресії. Із його праці я використала кілька свідчень очевидців, що допомогло мені зрозуміти який був вплив радіо на суспільство загалом. Для кращого розуміння та аналізу промов Ф. Рузвельта мені допомогла книга<sup>2</sup> Лоуренса та Корнелії Левін, де детально розглядаються «Бесіди біля каміна» Рузвельта, зокрема яку дикцію мав президент, з якою інтонацією говорив свої промови, який це вплив мало на американців. Також робота<sup>3</sup> Кейтлін Ньюман, яка відзначилась своєю працею про радіорекламу та суспільство споживання. І дослідження<sup>4</sup> Елізабет Маклаод, де авторка детально розглядає тільки одне комедійне радіошоу в контексті епохи Великої Депресії.

### ***Визначення використовуваних термінів:***

*Масова комунікація* – соціальний процес виробництва та поширення інформації в суспільстві на чисельно великі розосереджені аудиторії за

---

<sup>1</sup> Lenthall, Bruce. Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 275 p.

<sup>2</sup> Lawrence W. Levine and Cornelia R. Levine, The Fireside Conversations: America responds to FDR during the Great Depression. Berkeley: University of California Press, 267 p.

<sup>3</sup> Kathleen M. Newman, Radio Active: Advertising and Consumer Activism, 1935-1947. University of California Press, 2004. 150 p.

<sup>4</sup> McLeod, Elizabeth. The Original Amos 'n' Andy: Freeman Gosden, Charles Correll and the 1928–1943 Radio Serial. Jefferson, North Carolina: McFarland, 2005. 223 p.

допомогою засобів масової інформації (преси, радіо, телебачення, кіно, Інтернету).

*Масова культура* – культура, популярна серед широких верств населення в конкретному суспільстві та переважно комерційно успішна, елементи якої зустрічаються повсюди: у кулінарії, одязі, споживанні, засобах масової інформації та в розвагах (наприклад, у спорті та літературі).

*Суспільство споживання* – сукупність суспільних відносин, заснованих на принципі індивідуального споживання. Характеризується масовим споживанням матеріальних благ і формуванням відповідної системи цінностей і установок. Масове споживання, яке виходить далеко за межі потреб для існування (виживання) людини, є однією з рис сучасного суспільства.

**Структура:** наукова робота складається із вступу, висновків та трьох розділів, два з яких поділені на два підрозділи. В кожному розділі основної частини роботи матеріал викладено в хронологічній послідовності, однак при викладі історії радіо, деяких радіостанцій та радіошоу, допущено відступи від цього наскрізного принципу.

У першому розділі розглядається поява та розвиток індустрії радіо в 1920-1930-х рр., поширення мережі радіомовлення у США, його структуру, основні радіостанції, обставини переходу населення на радіо як основний канал інформації. Аналізується значення радіо як засобу державної комунікації на прикладі «Бесід біля каміна» Ф. Рузвельта.

Перший підрозділ Другого розділу присвячений історії і розвитку радіореклами, її ефективності і сприйняття її американцями в умовах зростання у США суспільства споживання. Другий підрозділ, розглядає найвідоміші тогочасні радіошоу та радіоп'єси, аналізує значення радіо як засобу розваг, відпочинку американців.

У третьому розділі на основі кількох діаспорних видань, зокрема, газети «Америка» я з'ясовую особливості україномовних радіопрोगрами, чи часто

вони транслювались, в яких містах США вони найбільше транслювались, який це вплив мало на українців в Америці.



## РОЗДІЛ І

### РОЗВИТОК РАДІОМОВЛЕННЯ У США У ПЕРШІЙ ТРЕТИНІ ХХ ст.

#### 1.1 Радіомовлення у США та особливості його організації у період Великої Депресії

У цьому розділі я розгляну появу та розвиток радіо у 1920-1930-х роках, проаналізую як вплинула на розвиток радіо велика економічна криза у США; на прикладі «Бесід біля каміна» президента Ф. Рузвельта буде проаналізовано ефективність радіо як інформативно-комунікативного каналу спілкування держави з суспільством.

ХХ ст. – це період багатьох наукових відкриттів, технологічної революції і низки проривних винаходів, зокрема: повітроплавання, ракетобудування, атомна енергетика, атомна зброя, космічні технології, радіо і телебачення, мобільний телефон, комп'ютер, інтернет, антибіотики, нанотехнології, кріотехніка, перехід від індустріального до інформаційного суспільства, розширення ноосфери в межах Сонячної системи. Крім того, ХХ століття багате на доленосні наукові відкриття в різноманітних галузях: гена інженерія, теорія відносності, клонування, надпровідність, космогонія, космологія та ін.

ХХ ст. це століття радіо, йдеться не про радіо як явище, це в прямому сенсі вік радіо. Воно виникло наприкінці ХІХ ст., супроводжуючи людство впродовж всього ХХ ст., і розвиваючись дуже швидкими темпами. Приміром, на флоті під час японсько-російської війни (1904-1905 рр.) вже активно використовувався радіо-приймач. А під час Другої світової війни аби мобілізувати збройні сили та населення, мати сильний вплив на ворожі армії і вести свою пропаганду, в хід йшло використання радіо, звукозаписи, та всілякі пропагандистські аудіо-трансляції.

Приблизно в то й ж час коли виникло радіо також почали з'являтися грамофони та вінілові платівки, завдяки чому музика стала набагато доступнішою. Правда, вінілові платівки потребують належного догляду та

зберігання, ще й постійно треба слідкувати за новинками, які вийшли за останній час (для цього треба купувати і читати спеціальні випуски газет, і тратити гроші на купівлю нових платівок), через це грамофонний бізнес розвивається дуже повільно. Якщо порівнювати вартість грамофону + платівки і радіо-програвача, то можна побачити суттєву різницю в ціні. Приміром, до кінця 1912 року дисковий фонограф коштував від 150 до 250 доларів, а ціна платівки становила приблизно 1 долар 50ц. (пізніше ціни на грамофони падали, оскільки США вступили в Першу світову війну, а згодом з'явилося радіо)<sup>5</sup>. Ціна на радіо-програвач станом на 1920-ті становила від 20 до 200 доларів (це вже залежало від розміру, якості та охоплення кількості радіохвиль)<sup>6</sup>. Власне, великого поштовху грамофонним компаніям дають радіостанції<sup>7</sup>. Вже на початку ХХ ст. діяли кілька експериментальних радіостанцій, які в основному знаходились в США:

- Станція ВО. Була заснована як експериментальна станція канадським винахідником Реджинальдом Фессенденом у Массачусетсі. Він також здійснив першу двосторонню передачу через Атлантичний океан у 1906 році з цієї ж станції, з Брант-Рок, Массачусетс. Йому також приписують першу трансляцію, пов'язану з музикою.
- Станція KQW. Радіостанція в Сан-Хосе, штат Каліфорнія, започаткована Чарльзом Геррольдом у 1909 році. Починаючи з 1912 року, він почав регулярні радіопередачі зі школи Сан-Хосе, які включали музику на фонографі. Це робить його першою людиною, яка регулярно транслювала розважальні програми з радіостанції. У цьому сенсі Ч. Геррольд – перший в історії радіо-діджей.

---

<sup>5</sup> History of the Edison Disc Phonograph. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-edison-disc-phonograph/> Accessed 05.03.2023

<sup>6</sup> Montgomery Ward & Co. Radio. Chicago IL. 1924. Access to source: <https://archive.org/details/RadioMontgomeryWard/mode/2up> Accessed: 03.03.2023

<sup>7</sup> Історія радіо. [Електронний ресурс]. / лекція // Архивариус.// You Tube. – Режим доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=3\\_YzTrpgAWQ&t=1026s](https://www.youtube.com/watch?v=3_YzTrpgAWQ&t=1026s) – Назва з екрану. – Дата публікації: 21.12.2020 – Дата перегляду: 03.03.2023.

- Станція 2YU. Ця радіостанція діяла в Скенектаді, штат Нью-Йорк із 1915 року. Вони почали трансляції в 1915 році та створили станцію 2YU, яка пізніше змінила назву на WRUC у 1920 році. Їхнє регулярне мовлення тривало до 1924 року й не відновлювалося до 1941 року. WRUC завжди повністю керували студенти Юніон-коледжу з регулярними новинами та спортивними програмами<sup>8</sup>.

В 1919 році було засновано велику американську корпорацію під назвою “Radio Corporation of America” (RCA). Протягом кількох десятиліть компанія RCA була домінуючою фірмою з виробництва електроніки та зв’язку в США. На початку 1920-х RCA була основною компанією в індустрії радіо, як один з найбільших виробників радіоприймачів. RCA створила першу загальнонаціональну американську радіомережу “National Broadcasting Company” (NBC). Основними бізнес-цілями RCA при її заснуванні було надання обладнання та послуг для морських суден, і також бездротовий зв’язок (який тоді конкурував із підводними кабелями). Аби надавати міжнародний сервіс компанія розробила масштабний проєкт із будівництва вузла зв’язку “Radio Central” в Лонг-Айленд (штат Нью-Йорк)<sup>9</sup>.

Спочатку почали працювати тільки кілька радіостанцій, проте незабаром інтерес до радіо дуже швидко поширився по всій країні. В 1921 році співробітник Медісон Сквер Гарден<sup>10</sup> – Джуліус Хопп розробив план збору благодійних коштів. Він задумав це таким чином, що буде транслюватися чемпіонський бій<sup>11</sup> на рингу Демпсі-Карпентьєра в Джерсі-сіті (штат Нью-

---

<sup>8</sup> List of the 8 Oldest Radio Stations in History. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.oldest.org/entertainment/radio-stations/> Accessed: 04.04.2023

<sup>9</sup> The Opening of Radio Central. The Wireless Age. December 1921, p. 18–22, 45. Access to source: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=njp.32101051572632&view=1up&seq=72>

<sup>10</sup> MSG Network (MSG) — американська регіональна мережа кабельного та супутникового телебачення, а також радіослужба, що належить MSG Entertainment, Inc. В основному обслуговуючи Середньоатлантичні Сполучені Штати, чії програми зосереджені на заходах та інших програмах про спортивні команди Нью-Йорка.

<sup>11</sup> Джек Демпсі проти Джоржа Карпентьє — боксерський бій між чемпіоном світу у важкій вазі Джеком Демпсі та чемпіоном світу у напівважкій вазі Джоржем Карпентьє, який був одним із боїв під назвою «Бій століття». Бій відбувся в США в суботу, 2 липня 1921 року, в Boyle's Thirty Acres в Джерсі-Сіті, штат Нью-Джерсі.

Джерсі). Для реалізації цього плану Хопп використав зали різних театрів, як місця для прослуховування, де стягувалась плата за вхід і ці гроші мали слугувати в якості благодійної пожертви для розвитку радіокорпорації<sup>12</sup>.

NBC Radio Network – американська комерційна радіомережа, яка активно працювала з 1926 по 1999 рр. Вона була одною з перших загальнонаціональних мереж у Сполучених Штатах. Протягом 61 року ця радіомережа належала корпорації RCA (про яку я згадувала вище). Формування цієї Національної телерадіокомпанії було об'єднанням та реорганізацією попередніх мережевих радіо операцій, розроблених “American Telephone & Telegraph Company”<sup>13</sup> (AT&T). 13 вересня 1926 року голова правління RCA Оуен Д. Янг та президент Джеймс Г. Харборд оголосили про створення “National Broadcasting Company, Inc”<sup>14</sup>. Широко розміщена реклама компанії стверджувала, що: *Метою Національної телерадіокомпанії буде надання найкращої програми, доступної для мовлення в Сполучених Штатах. ... Є надія, що вдасться вжити заходів для того, щоб кожна подія національного значення могла широко транслюватися по всій території Сполучених Штатів*<sup>15</sup>.

Порівняно із платівками на радіо можна було почути більше різної музики. Завдяки радіо себе могли проявити маловідомі музиканти чи композитори, і передавались також трансляції концертів. Приміром, у 1921 р. в Чикаго перед відкриттям нового сезону було оголошено, що Чиказька опера буде транслюватись по радіо, після цього кількість радіоприймачів в місті збільшилась з 1,300 до 20,000 одиниць за рік. Радіо розвивалось неймовірними темпами. За 1920-ті в США було видано більше 200-сот ліцензій на

---

<sup>12</sup> Voice-Broadcasting the Stirring Progress of the 'Battle of the Century'. The Wireless Age, August 1921, pages 11–21. Access to source: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=njp.32101051572624&view=1up&seq=545>

<sup>13</sup> AT&T Corporation (з аббревіатурою від «AT&T» для її колишньої назви, American Telephone and Telegraph Company) є дочірньою компанією AT&T Inc., яка надає голосові, відео, дані, інтернет-телекомунікації та професійні послуги підприємствам, споживачам та державним установам.

<sup>14</sup> To Inaugurate Radio Service. The Pittsburgh Press. Pittsburgh, Pennsylvania. September 13, 1926. p. 4. Access to source: <https://www.newspapers.com/clip/119255125/to-inaugurate-radio-service/>

<sup>15</sup> Announcing the National Broadcasting Company, Inc. Advertisement. The Evening Star. Washington, D.C. September 13, 1926. p. 21. Access to source: <https://www.newspapers.com/clip/119272114/announcing-the-national-broadcasting/>

радіомовлення, а в 1922 р. кількість слухачів сягала майже мільйона. Себто, радіо стало модним та прогресивним засобом для споживання контенту<sup>16</sup>.

В епоху 1920-х, коли радіо тільки почало набирати обертів, була велика кількість аматорів, які просто створювали радіоприймачі самотужки. Загалом люди із підручних матеріалів могли сконструювати собі, приміром, гучномовці, навушники і основу самої радіостанції. Спочатку радіо використовували радше в якості меблів або декору в кімнату, оскільки воно виглядало вишукано та аристократично.

Станом на 1920 рік існували три радіостанції, котрі отримали офіційний дозвіл від держави на радіомовлення. Згодом у 1921 році ліцензію на радіотрансляції почала отримувати ледь не кожна нова радіостанція. Більшість з них транслювали місцевих музикантів, і хоча б одна станція мала свою студію для трансляції гри оркестру. Якщо йде мова про якісь новин чи розмови, то говорити по радіо міг просто місцевий житель, переважно зачитувались результати спортивних змагань або читання заголовків газет.

Індустрія радіо в США розвивалась набагато швидше ніж в інших країнах. Джордж Дуглас в своїй праці «Перші дні радіомовлення» [The early days of radio broadcasting]<sup>17</sup> ставить питання, чому радіо набуло такого швидкого розвитку саме в Америці? *Ця чудова маленька штуковина ідеально пасувала для американського континенту, адже це земля великих відстаней та частотної ізоляції*<sup>18</sup>. Протягом 1920-х майже мільйони мешканців придбали собі радіоприймачі, як тільки отримували доступ до електроенергії. Люди почали потребувати комунікації із зовнішнім світом (культура, новини, події, які відбуваються й на інших континентах). В США були добре і широко розвинені приватні компанії та підприємства, відповідно радіостанціями володіли великі

---

<sup>16</sup> Broadcasting. [Electronic resource]. – Access to source: <https://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/169.html>  
Accessed: 04.04.2023

<sup>17</sup> Douglas, George H., The early days of radio broadcasting. Jefferson, N.C. : McFarland, 1987. Access to source: <https://archive.org/details/earlydaysofradio0000doug/page/n5/mode/2up> 262 p.

<sup>18</sup> Там само.

компанії на локальному, регіональному чи державному рівнях. Цим американське комерційне радіо відрізнялось від європейського, де, зазвичай, воно існувало тільки на державному рівні.

З 1922 року починаються різкі зміни. Жителів міста все більше і більше цікавить радіо, проте, саме в розважальній формі. Продажі швидко зростають і несподівано з'являється ще більше радіостанцій. В цей момент індустрія радіо переходить на новий етап, який називають «радіобожевіллям» або «Золотим віком радіо». Зірки Голлівуду також не були осторонь радіо індустрії, вони із захопленням вели трансляції і їх часто представляли в радіожурналах. В 1928 році, радіо використовувалось уже й поліціантами і завдяки ньому вдалось впіймати двох вбивць (цю новину опублікували в газеті (дод. 1.1)<sup>19</sup>). Також Воррен Гардінг<sup>20</sup> встановив радіоприймач в Білому домі, ця новина рознеслась по всіх газетах. Він став першим президентом, який звернувся до нації через радіо. Йому дуже сподобалась ця нова технологія і на цьому прикладі можна вкотре переконатися, що сфера радіо мала великий потенціал та підтримку, особливо від держави. В цьому сенсі радіо слугувало прекрасним засобом для тогочасних виборів. Аудиторія слухала промови демократів та республіканців і згодом можна було почути результати виборів. Потім ці трансляції республіканців та демократів, фактично, займали центральне місце в тогочасному радіо.

У 1920-х роках радіо також запровадило вдома спортивні програми, які швидко стали популярними. Поетапні описи транслювалися по радіо та допомогли популяризувати таких спортсменів, як Джим Торп, Гертруда Едерле, Хелен Гіллс і Бейб Рут. Себто, перші радіостанції зосередилися на трансляції музики, новин, серійних сюжетів, політичних виступів, але пізніше вони включали погоду та спорт.

---

<sup>19</sup> KFWB Spreads Net That Captures Fox, Radio Digest, February 1928. Access to source: <https://jeff560.tripod.com/kfwb29.pdf>

<sup>20</sup> Воррен Гардінг — 29-ий Президент США у 1921–1923 роках від Республіканської партії.

Радіо, фактично, стає засобом масової комунікації. Згідно із французьким філософом та соціологом Жаном Бодріаром – характерною рисою мас-медіа є те, що вони постають як антипровідник, вони антикомунікативні, себто механізми їхньої дії суперечать ідеї комунікації як такої. Справжній комунікативний акт передбачає певний взаємний обмін, будь-яку взаємодію. З погляду подібного підходу телебачення, кінематограф слід розглядати не як засоби спілкування, а як перепони для справжньої комунікації. Французький філософ стверджує, що радіо, кіно та телебачення витіснили з соціуму живе, рухливе слово, яке може бути висловлене та повернене як відповідь. Бодріар розглядає засоби масової комунікації радше із негативного боку, стверджуючи, що через мас-медіа люди більше закриваються в собі і не хочуть брати участі в політичних чи культурних процесах<sup>21</sup>. Я не зовсім погоджуюсь з такою думкою, оскільки завдяки мас-медіа людина швидко дізнається про події, які відбуваються навколо неї, що іноді може навіть її врятувати від небезпеки. Власне у наступному підрозділі я розгляну радіо, як засіб комунікації президента зі своїм народом.

## **1.2 Радіо як канал державної інформаційно-комунікативної діяльності (на прикладі «Бесід біля каміна» Ф. Рузвельта)**

Кінець періоду режисурних двадцятих, на жаль, закінчується крахом на фондовій біржі, після чого США протягом наступного десятиліття перебуватиме в стані економічної кризи. Із 29 жовтня (цей день також називають «Чорним Вівторком») 1929 року почалась Велика Депресія, яка для більшості людей та істориків, в першу чергу, означає масове безробіття, бідність, безпритульність, ще й засухи та пилові бурі, які суттєво пошкодили сільське господарство і остаточно знищили економіку США. У підсумку період

---

<sup>21</sup> Л. В. Ажимова. Жан Бодриар о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления. Гуманитарные исследования в восточной Сибири и на дальнем востоке. №3. 2012. с. 101–109. Доступ к ресурсу: [https://documentcloud.adobe.com/gsuiteintegration/index.html?state=%7B%22ids%22%3A%5B%221gcsqvfhrAn\\_J60fvSx7\\_tRN\\_Ba9tmK%22%5D%2C%22action%22%3A%22open%22%2C%22userId%22%3A%22108020229013606424510%22%2C%22resourceKeys%22%3A%7B%7D%7D](https://documentcloud.adobe.com/gsuiteintegration/index.html?state=%7B%22ids%22%3A%5B%221gcsqvfhrAn_J60fvSx7_tRN_Ba9tmK%22%5D%2C%22action%22%3A%22open%22%2C%22userId%22%3A%22108020229013606424510%22%2C%22resourceKeys%22%3A%7B%7D%7D)

1929-1939 рр. вважається найтяжчою кризою в Америці від часів громадянської війни, своєрідною чорною плямою в історії Америки.

Якщо поглянути та проаналізувати цей період кризь призму культурних процесів, а саме ними виступали радіо, кінематограф, музика, театр та ін., то можна побачити зовсім іншу картину. Парадоксальним чином, переживаючи безпрецедентну за своїми масштабами матеріальну скруту та фінансову нестабільність, американці – аби морально вистояти – віддавали свої останні кошти на радіоприймачі, музичні платівки, джазові концерти та квитки в кіно. Саме в епоху Великої Депресії радіо набуває ще більшої популярності (ніж в минулому десятилітті), адже, фактично, воно стає найдешевшим засобом доступу до інформації, музики, радіоп'єс та інших розваг.

В своїй науковій роботі я розглядатиму використання радіо в різних царинах. У цьому розділі акцентуватиму на політичній сфері, а саме на політиці та діяльності тогочасного президента Франкліна Делано Рузвельта.

Ще у 1928 році, коли Рузвельт займав пост губернатора в Нью-Йорку він почав записувати радіозвернення до своїх виборців, що згодом, стало його регулярною діяльністю. Історик Дуглас Б. Крейг каже, що він *надав виборцям можливість отримати інформацію незасмічену упередженнями власників газет за допомогою нового засобу — радіо*<sup>22</sup>. У 1930 р. коли Рузвельт вдруге висуває себе на ту ж посаду, часи різко змінилися. Як я вже згадувала вище, в жовтні 1929 року фондова біржа у Нью-Йорку зазнає краху і починається величезна економічна криза. Спочатку розорилися сотні, ба навіть тисячі підприємств, зруйнувалася банківська система і відповідно зростала кількість безробітних. До 1932 року безробіття сягало 50% населення, а у великих містах

---

<sup>22</sup> Douglas B. Craig. Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States, 1920-1940. Johns Hopkins University Press. 2005. p. 156. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=haWh203m7aIC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&ad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=haWh203m7aIC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&ad=0#v=onepage&q&f=false)



цифра сягала майже 60%<sup>23</sup>. Президент Герберт Гувер<sup>24</sup> незадовго до початку Великої Депресії казав, що *найближчим часом в кожного американця в гаражі буде стояти авто і це буде знаком процвітання США*<sup>25</sup>. Проте, через кілька років країна перетворюється на розруху без чіткої соціальної політики.

Варто зазначити, одну із причин відсутності якоїсь соціальної політики. Справа в тому, що складовою частиною домінуючої у США ідеології економічного лібералізму був принцип “Laissez-faire”. Він не лише зачіпав соціальні питання, а в першу чергу стосувався свободи бізнесу. Населення має вирішувати будь-які проблеми самотужки, а якщо, наприклад, хтось безробітний, то вина лежить на цій людині. Таке уявлення про економічну політику поширилось в різних країнах ще із XIX ст. Laissez-faire зазвичай застосовувався в Америці під час кризи до 1929 року. Прецедентом тут стала реакція на першу Велику Депресію в Америці 1819 року, коли уряд обмежився полегшенням умов плати за державну землю. Під час паніки 1837 року президент Мартін ван Бюрен<sup>26</sup> суворо дотримувався принципів невтручання. В основному ці принципи порушували деякі уряди штатів, котрі іноді дозволяли неплатоспроможним банкам продовжувати роботу, не зобов’язуючи їх погасити свої борги<sup>27</sup>.

Балотуючись на пост губернатора Рузвельт починає давати обіцянки, що його програма буде пропонувати підтримку фермерів, боротьбу із безробіттям, пенсії – що було абсолютно незвичними, на той час, речима. Декларуючи таку політику він отримує пост губернатора. Вже в 1932 році демократична партія США пропонує Рузвельту висунути свою кандидатуру на пост президента

---

<sup>23</sup> Tejvan Pettinger. Unemployment during the Great Depression. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.economicshelp.org/blog/162985/economics/unemployment-during-the-great-depression/> Accessed: 04.04.2023

<sup>24</sup> Герберт Гувер – 31-ий президент США з 1929 по 1933, від Республіканської партії.

<sup>25</sup> Hawley, Ellis, ed. Herbert Hoover: Containing the Public Messages, Speeches, and Statements of the President, 4 vols. United States Government Printing Office, Washington, 1976. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=aktmU40SbcUC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&ad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=aktmU40SbcUC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&ad=0#v=onepage&q&f=false)

<sup>26</sup> Мартін ван Бюрен — восьмий президент Сполучених Штатів Америки з 1837 по 1841 р.

<sup>27</sup> Rothbard Murray Newton. Wielki kryzys w Ameryce. Instytut Ludwiga von Misesa, 2010. p. 151

Сполучених Штатів. На той момент ситуація в Америці була чи не найгіршою, країна ніколи ще не мала такого рівня економічного спаду, кількості безробітних і розпачу. Насправді, зовсім не багато американців вірили, що новий президент зможе якось покращити ситуацію. Один із знаменитих політиків та журналістів Волтер Ліппманн, дізнавшись, що Рузвельт висуває свою кандидатуру в президенти сказав: *Це приємна людина, яка, не маючи жодної важливої кваліфікації для цієї посади, дуже хотіла би бути президентом*<sup>28</sup>. Розглядаючи Рузвельта як особистість я б хотіла зазначити, що він був дуже доброю та харизматичною людиною. Його соціальна програма справляє враження, оскільки вона справді пропонує розв'язання багатьох проблем, які на станом на 1932 рік здаються неможливими для вирішення<sup>29</sup>.

Коли проходила передвиборча кампанія Рузвельту неодноразово доводилось чути коментарі на кшталт: *ви будете найкращим або найгіршим президентом Америки*, на що Рузвельт відповідав: *якщо я не впораюсь, то буду останнім президентом Сполучених Штатів*<sup>30</sup>. На з'їзді демократичної партії Рузвельта номінують на кандидата в президенти і тоді вперше звучать слова, які згодом закарбуються в історії США: «Новий Курс» [New Deal]. Новий курс став початком перетворення США в соціально орієнтовану державу, включаючи підтримку безробітних, створення робочих місць, реорганізацію підприємництва, скорочення робочого дня, підвищення мінімальної зарплати, добровільну трудову повинність, обмеження конкуренції. Введення цих законів мало стабілізувати економіку країни.

Федеральний уряд, до тих пір не наділений правом надавати допомогу по безробіттю, отримав можливість виділяти значні кошти для підтримки безробітних. Починаючи з листопада 1933 року було створено більше 4

---

<sup>28</sup> Whitman, Alden. Walter Lippmann, Political Analyst, Dead at 85. [Electronical resource]. – Access to source: <https://web.archive.org/web/20210516225446/https://www.nytimes.com/1974/12/15/archives/walter-lippmann-political-analyst-dead-at-85-walter-lippmann.html> Accessed: 04.03.2023

<sup>29</sup> Рузвельт Спаситель Америки или диктатор?. [Електронний ресурс]. \лекція\уроки истории з Тамарой Ейдельман. \ YouTube - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=cTexDa1Uphc&t=5274s> – Назва з екрану. – Дата публікації – 03.12.2022 – Дата перегляду: 18.03.2022.

<sup>30</sup> Там само.

мільйонів робочих місць, організовані трудові табори, де безробітна молодь отримала можливість брати участь у заходах з охорони навколишнього середовища<sup>31</sup>.

Цікаво, що навколо Рузвельта збирається вельми незвична, на той період, коаліція. Його підтримують дуже різні верстви населення, які зазвичай, ворогували між собою, бо мали абсолютно протилежні політичні погляди. Вже отримавши пост президента США, Рузвельт залучає різних республіканців, даючи їм посади в уряді. Важливо також заторкнутися питання темношкірих, що я робила і в своїх минулих працях, оскільки вони відіграють важливу роль в політиці та культурі Америки. Власне, Рузвельт створює «Чорний кабінет» [Black Cabinet] – групу афроамериканців, які служили радниками з питань державної політики президента Франкліна Д. Рузвельта та першої леді Елеонори Рузвельт у справах пов'язаних з темношкірим населенням США<sup>32</sup>. Чорний кабінет за підтримки Елеонори Рузвельт працював над тим, щоб афроамериканці отримували 10% коштів на соціальне забезпечення. Рада стверджувала, що чорношкірі громадяни були недостатньо представлені серед одержувачів допомоги в рамках Нового курсу<sup>33</sup>.

В 1933 році банківська система США, фактично, перестає функціонувати. Американці забирають свої останні гроші з банків, починається висока інфляція і банкрутство. Деякі штати оголосили банківські канікули, аби люди не забирали всі кошти із банків. Перші 100 днів президенства Рузвельта були дуже продуктивним початком аби вберегти країну від ще гіршого майбутнього. Програми були зосереджені на тому, що історики називають “Three R” (relief, recovery, reform): допомога безробітним і бідним, відновлення економіки до

---

<sup>31</sup> Інавгурація Франкліна Рузвельта. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.jnsm.com.ua/h/0304M/>  
Дата останнього перегляду: 14.03.2023

<sup>32</sup> New Deal. Agencies and Black America. Franklin Roosevelt. Access to source: [https://web.archive.org/web/20140606221836/http://roosevelt.nl/topics/new\\_deal\\_agencies\\_and\\_black\\_america.pdf](https://web.archive.org/web/20140606221836/http://roosevelt.nl/topics/new_deal_agencies_and_black_america.pdf)

<sup>33</sup> Black Cabinet. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Black\\_Cabinet#Further\\_reading](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Cabinet#Further_reading) Accessed: 28.03.2023

нормального рівня та реформа фінансової системи, щоб запобігти повторній Депресії<sup>34</sup>.

Президенство Рузвельта припало на початок «Золотої епохи радіо». Станом на 1932 рік 41% міст США уже мали власні радіостанції. Перевага радіо як джерела розваг і новин дала президенту можливість, якої ще не мав жоден попередній президент США: звертатися безпосередньо до громадян, не пропускаючи свої повідомлення через пресу. Президентам до Рузвельта завжди доводилося покладатися на газетних репортерів і редакторів, щоб донести свої слова до громадськості, залишаючи вихідне повідомлення відкритим для редакторського ухилу або неправильного цитування. Пряме радіо, навпаки, не залишало місця для неправильних цитат<sup>35</sup>.

Власне після інавгурації Рузвельт проводить свою першу розмову із народом і таким чином розпочинає свої «Бесіди біля каміна» [Fireside Chats]. Він підкреслював, що для нього це як інтимна розмова з його виборцями. Перша розмова на радіо відбувається 12 березня 1933 року і стосується вона банківської кризи [Fireside Chat 1: On the Banking Crisis]. Перше на що я особисто звернула увагу, прослухавши цю бесіду, Рузвельт розмовляє зі своїм народом дуже впевнено, простою мовою і якимось по-домашньому. Не кожен має хист пояснювати складні речі простими словами. Президент звертається до народу із таким проханням: аби американці віддали свої заощадження в банки, бо інакше все розвалиться.

*Я хочу кілька хвилин поговорити з жителями Сполучених Штатів про банківську справу — з відносно небагатьма людьми, які розуміють механізми банківської справи, але, зокрема, з переважною більшістю, яка використовує банки для внесення депозитів та випуски чеків. Я хочу розповісти, що було*

---

<sup>34</sup> Berkin Carol; et al. Making America: A History of the United States, Volume 2: From 1865. Cengage Learning. 2011. p. 629–632. Access to source: [https://books.google.com.ua/books/about/Making\\_America\\_A\\_History\\_of\\_the\\_United\\_S.html?id=p4B4QkdkTJsC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ua/books/about/Making_America_A_History_of_the_United_S.html?id=p4B4QkdkTJsC&redir_esc=y)

<sup>35</sup> The Fireside Chats: Roosevelt's Radio Talks. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.whitehousehistory.org/the-fireside-chats-roosevelts-radio-talks> Accessed: 23.03.2023

*зроблено за останні кілька днів, чому це було зроблено і якими будуть наступні кроки». «...» Перш за все дозвольте мені зауважити простий факт, що коли ви вкладаєте гроші в банк, банк не поміщає гроші в сховище. Він інвестує ваші гроші в багато різних форм кредитних облігацій, комерційних паперів, іпотеки та багато інших видів позик. Іншими словами, банк вкладає ваші гроші в роботу, щоб промисловість та сільське господарство запрацювало. Порівняно невелика частина грошей, які ви кладете в банк, зберігається у валюті — суми, якої за звичайних часів цілком достатньо для покриття готівкових потреб пересічного громадянина. Іншими словами, загальна сума всієї валюти в країні становить лише невелику частину від загальної кількості вкладів у всіх банках.*

*Що ж тоді сталося в останні кілька днів лютого та перші дні березня? Через підірвану довіру з боку суспільства відбувся загальний порив значної частини нашого населення перетворити банківські депозити на валюту чи золото...<sup>36</sup>.*

В це складно повірити, але за тиждень, після цього звернення, люди повернули в банки більше мільярда доларів. Апелюючи до ораторських здібностей промовця, можна собі уявити який рівень довіри він викликав до громадян. В результаті, за словами історика економіки Вільяма Л. Зільбера, *сталася дивовижна зміна суспільної довіри ... Сучасна преса підтверджує, що громадськість визнала гарантію і, як наслідок, повірила, що банки знову будуть в безпеці, як пояснив президент, в своїй першій бесіді. Протягом двох тижнів люди повернули більше половини коштів, які вони збирали, а також перший біржовий день після банківських канікул відзначився найбільшим одноденним відсотковим зростанням цін<sup>37</sup>.*

---

<sup>36</sup> Franklin D. Roosevelt, March 12, 1933. Fireside Chat 1: On the Banking Crisis. Source National Archives. Access to source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/march-12-1933-fireside-chat-1-banking-crisis>

<sup>37</sup> Silber, William L. "Why Did FDR's Bank Holiday Succeed?". Economic Policy Review. Federal Reserve Bank of New York. 15 (1). 2009. Access to source: <chromeextension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/epr/09v15n1/0907silb.pdf>

Власне, одним із таких прикладів суспільної довіри є свідчення студента Вільяма Нельса, опубліковане в праці Брюса Лентала про радіо в часи Великої Депресії, який на початку 1935 року обійшовши всі федеральні будівлі поділився такими думками:

*Я не міг не думати про його величність, і мені стало цікаво, чи справді ми, громадяни цієї країни, усвідомлюємо важливість нашого урядового механізму. «...» Ми часто задаємося питанням, чи справді вся робота, яка проводиться в цих будівлях, має велике значення для кожного американця. Це виглядає так відсторонено, і ніхто не може уявити себе частиною уряду<sup>38</sup>.*

Покинувши столицю, Нельсу здавалося, що він, фактично, не має відношення до того, що відбувалося всередині цих масивних будівель. Однак невдовзі після повернення додому Нельс сів перед своїм радіоприймачем і почув теплий, чистий голос, який долинув із Вашингтону і назвав його другом. Він чув, як президент Франклін Рузвельт пояснював простою, зрозумілою мовою, що робить федеральний уряд і чому. Уряд, який здавався таким далеким, раптом став важливим у власному домі. Радіорозмова Рузвельта пробудила в Нельсові відчуття особистої значущості центрального уряду та відчуття його власної важливості в ньому<sup>39</sup>.

Рузвельт виголосив багато звернень по радіо, більшість з яких припало на період економічної кризи. Він придушував чутки, протидіяв газетам, в яких домінували консерватори, пояснюючи свою політику безпосередньо американському народу.

22 жовтня 1933 року у розпалі невтішних економічних новин Рузвельт намагається показати позитивний бік економічного прогресу, розповідаючи про це у своїй четвертій радіо промові [Fireside Chat 4: On Economic Progress]. В цьому зверненні він, в більшості, звітує перед народом що зроблено і над чим

---

<sup>38</sup> Lenthall, Bruce. *Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture*. Chicago: University of Chicago Press, 2007. p. 83-88.

<sup>39</sup> Там само. с. 84

ще потрібно працювати. Зокрема, тут йдеться: про безробіття; запропонована чітка програма громадських робіт і розповідається про розподіл коштів на Федеральні проекти; коригування сільського господарства; важливість і статус долара та його вплив на міжнародну торгівлю. Найбільше в цьому зверненні вражають результати над подоланням безробіття, на це якраз впливає створення програми громадських робіт, які, включали в себе різні федеральні проекти, що давало можливість кожному американцю максимально знайти роботу в тій ніші, яка йому до вподоби.

*На початку весни цього року в країні, фактично, пропорційно більше людей залишилися без роботи, ніж у будь-якій іншій країні світу. Справедливі оцінки показали, що в березні минулого року було 12 чи 13 мільйонів безробітних. Серед них, звичайно, було кілька мільйонів, яких можна було б класифікувати як зазвичай безробітних – людей, які час від часу працювали, коли їм захотілося, та інших, які вважали, що краще взагалі не працювати. Тому видається справедливим сказати, що було близько 10 мільйонів наших громадян, які ревно, а в багатьох випадках і голодно, шукали роботу і не могли її отримати. З них за короткий проміжок часу в кілька місяців я переконаний, що принаймні 4 мільйони отримали роботу, або, кажучи по-іншому, 40 відсотків тих, хто шукає роботу, знайшли її<sup>40</sup>.*

І справді, станом на 1933-1934 рр. кількість безробітних зменшилась. Це можна побачити на прикладі культури. Якщо акцентувати увагу на царині мистецтва, то її розвитком займалась програма під назвою WPA – Works Progress Administration (Адміністрація виконання робіт). То була національна програма праці для більше ніж 2-ох мільйонів безробітних, яка надала місце праці некваліфікованим будівельникам, також створила швейні проекти для жінок та мистецькі проекти для безробітних художників, музикантів і

---

<sup>40</sup> Franklin D. Roosevelt. October 22, 1933: Fireside Chat 4: On Economic Progress. Access to the source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/october-22-1933-fireside-chat-4-economic-progress>

письменників<sup>41</sup>. Лише за один рік понад 40 тис. художників та інших талановитих працівників були працевлаштовані завдяки цій програмі в США. Проєкт був поділений на п'ять підрозділів: мистецький, музичний, театральний, письменницький та історичний<sup>42</sup>. Історик та дослідник Седрік Ларсон заявив, що *вплив п'яти великих культурних проєктів WPA на національну свідомість, ймовірно, більший у цілому, ніж будь-хто охоче усвідомлює. Як канали комунікації між адміністрацією та країною в цілому, як прямо, так і опосередковано, важливість цих проєктів неможливо переоцінити, бо всі вони несуть величезну привабливість для ока, вуха чи інтелекту — або всіх трьох*<sup>43</sup>.

Американський історик Лоуренс Вільям Левін та дослідниця Корнелія Левін вдалися до ще глибшого аналізу радіомовлень Рузвельта, проаналізувавши його голос та дикцію.

Голос Рузвельта, то підвищувався, то знижувався і звучав дуже природньо, коли він говорив в ефірі. Незважаючи на те, що кожна його промова перевірялась і могла переписуватись кілька разів командою секретарів, спічрайтерів та працівниками преси, його виступи все одно звучали дуже свіжо. Він мав талант чіткої дикції та простих аналогій. 70% слів використаних у «Бесідах біля каміну», були серед п'ятисот найпоширеніших термінів в англійській мові. Також, важливу роль тут зіграло те, що президент говорив повільніше ніж більшість тогочасних дикторів на радіо. В середньому, він вживав, приблизно, 65 слів на хвилину<sup>44</sup>.

---

<sup>41</sup> Arnesen, Eric. Encyclopedia of U.S. Labor and Working-Class History. Vol. 1. New York: Routledge. 2007. p. 1540. Access to source:

[https://books.google.com.ua/books?id=zEWsZ81Bd3YC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=zEWsZ81Bd3YC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

<sup>42</sup> Federal Project Number One. [Electronic resource]. – Access to source:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Federal\\_Project\\_Number\\_One](https://en.wikipedia.org/wiki/Federal_Project_Number_One) Accessed: 04.05.2023

<sup>43</sup> Larson, Cedric. "The Cultural Projects of the WPA". Public Opinion Quarterly. 1939. 3 (3): p. 491–496. Access to source: <https://www.jstor.org/stable/2744990>

<sup>44</sup> Lawrence W. Levine and Cornelia R. Levine, The Fireside Conversations: America responds to FDR during the Great Depression. Berkeley: University of California Press, 2010, p. 15. Access to source:

[https://books.google.com.ua/books?id=wTFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=wTFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)



6 вересня 1936 року в одній із своїх чергових промов Рузвельт детально розглядає питання фермерів та робітників. Я згадувала вище, що окрім економічної кризи в багатьох штатах Америки була сильна посуха та пилові бурі, через що сільське господарство перестало нормально функціонувати. Власне, в радіо промові [Fireside Chat 8: On Farmers and Laborers] президент намагається підтримати фермерів та робітників, заявивши, що він на них покладається і робитиме все можливе аби покращити ситуацію. Він детально окреслює зусилля, які спрямовані на допомогу фермерам та програми для інших сфер зайнятості.

*... Я ніколи не забуду пшеничні поля, які були настільки охоплені спекою, що їх неможливо було збирати. Я ніколи не забуду поле за полем чахлої, безколосої та оголеної кукурудзи, бо те, що залишило сонце, з'їло саранча. Я бачив коричневі пасовища, які не тримали б корову на п'ятдесяти гектарах.*

*І все ж я не хочу, щоб ви ні на хвилину думали, що в цих регіонах з посухою панує постійне лихо або що картина, яку я бачив, означала депопуляцію цих територій. Ні потріскана земля, ні гаряче сонце, ні палючий вітер, ні саранча не є незламними американськими фермерами та тваринниками, їхніми дружинами та дітьми, які пройшли через відчайдушні дні, і надихають нас своєю самовпевненістю, своєю наполегливістю та мужністю. Будувати домівки було завданням їхніх батьків; їхнє завдання – утримувати ці домівки; наше завдання допомогти їм у боротьбі...<sup>45</sup>*

В цій промові президент виражає особливу емпатію до американців. В рамках «Нового курсу» Конгрес заснував Службу ерозії ґрунтів і проект лісового господарства штатів ще в 1935 році. За цими програмами місцеві фермери працювали, саджавши дерева як вітрозахисні смуги на фермах на Великих рівнинах. Служба ерозії ґрунтів, яка тепер називається Службою

---

<sup>45</sup> Franklin D. Roosevelt. September 6, 1936: Fireside Chat 8: On Farmers and Laborers. Access to the source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/september-6-1936-fireside-chat-8-farmers-and-laborers>

збереження природних ресурсів (NRCS), розробила та просувала нові методи землеробства для боротьби з проблемою ерозії ґрунтів<sup>46</sup>.

Підсумовуючи, розвиток індустрії радіо в США розвивався дуже стрімко. Радіо швидко прийшло на зміну грамофонам, оскільки було набагато дешевшим та доступнішим засобом для отримання будь-якої інформації та розваг, зокрема музики чи спортивних програм.

Треба сказати, що під час Великої Депресії використання можливостей радіо як засобу комунікації держави зі своїми громадянами започаткував ще Герберт Гувер (як під час передвиборчої кампанії так і в роки президентства). Проте його промови звучали дуже сухо, він ставився до радіомовлення просто як до шансу виступити із офіційним зверненням<sup>47</sup>. І лише «Бесіди біля каміна» президента Ф. Рузвельт продемонстрували велику ефективність радіо як засобу комунікації держави зі своїми громадянами. Попри те, що вони часто вважаються щотижневою подією, насправді Рузвельт виголосив лише 31 звернення<sup>48</sup>. Зміст промов, їх смислове і емоційне наповнення, метафори, жива мова і ораторські прийоми Ф. Рузвельта детально розтлумачили американцям цілі і потенційні наслідки реформ «Нового курсу», що викликало в народі величезну довіру до нього і забезпечило широку суспільну підтримку.

Комунікація влади з населення у форматі радіозвернень покращувала психологічний та моральний стан американців, давала їм розуміння ситуації, впевненість, заспокоєння.

---

<sup>46</sup> Dust Bowl. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.history.com/topics/great-depression/dust-bowl> Accessed: 03.04.2023

<sup>47</sup> Там само.

<sup>48</sup> Fireside chats. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Fireside\\_chats](https://en.wikipedia.org/wiki/Fireside_chats) Accessed: 04.04.2023

## РОЗДІЛ II

### ІНФОРМАТИВНО-ЕМОТИВНИЙ ВПЛИВ РАДІО НА ЖИТТЯ АМЕРИКАНЦІВ 20-30-х рр. ХХ ст.

#### 2.1 Радіореклама як рушійна сила суспільства споживання

У цьому розділі досліджується радіо як спосіб транслявання споживчої реклами; яку роль відіграє радіо в сфері реклами, особливо у контексті становлення у США суспільства споживання; відстежуються кількісні і якісні показники радіореклами відомих товарів, її сприйняття суспільством і ефективність. Також на прикладі найвідоміших тогочасних програм, музичних творів, аудіо п'єс та комедійних шоу аналізується роль радіо як засобу розваги і абстрагування американців від депресивної щоденної дійсності 20-30-х рр. ХХ ст.

Радіореклама відрізнялася від усіх попередніх видів реклами тим, що це була перша форма реклами, яка порушувала розважальну атмосферу. Рекламу в журналах і газетах можна було ігнорувати, хоча деякі споживачі зізнавалися, що їм подобається читати друковану рекламу. Єдиним способом уникнути радіореклами було вимкнути радіо. Слухачі, прикуті до радіо, сподіваючись почути, що буде далі в сюжеті, або чекаючи початку улюбленої програми, не мали іншого вибору, як звернути увагу на «повідомлення від нашого спонсора». У більшості випадків у радіо-шоу містилася реклама, яка передувала шоу, закінчувала шоу та, з дедалі більшою регулярністю протягом 1930-х років, переривала історію посередині<sup>49</sup>.

Історія радіореклами почалась майже сто років тому. Різні компанії виявили, що можуть змусити гудіти клієнтів про їхній новий продукт за допомогою радіо. Вони використовували радіо, аби просунути себе в 30-60 секундних роликах. Незважаючи на те, що сьогодні ми маємо необмежений

---

<sup>49</sup> Kathleen M. Newman, *Radio Active: Advertising and Consumer Activism, 1935-1947*. University of California Press, 2004, p. 27. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=LzgaoIIkwKEC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=LzgaoIIkwKEC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

доступ до соцмереж та різноманітної кількості гаджетів, щоб послухати музику, новини, подкасти чи різні трансляції, радіо продовжує залишатися одним з найкращих методів рекламування. До появи радіо, найбільше реклами можна було побачити в газетах. Однак, саме радіореклама давала можливість різним компаніям чи корпораціям охопити свою цільову аудиторію в режимі реального часу. Радіореклама з'явилась тоді, коли компанії почали шукати спосіб як охопити більше клієнтів, і власне вони звернулись до популярних, на той час, радіостанцій, аби домовитися про рекламу та спонсорство.

Реклама на радіо з'явилася в Америці набагато раніше, ніж, наприклад, у Великобританії та інших частинах світу. Згідно із більшістю записів, перша радіореклама (офіційно) була розроблена організацією WEAFF в Америці, компанією AT&T. У 1922 році група запропонувала підприємствам можливість з'явитися на своїй радіостанції в обмін на плату в розмірі 50 доларів. Перший спонсор, який скористався такою можливістю, була корпорація “Queensboro”<sup>50</sup> в Нью-Йорку. Вона використовувала рекламу для продажу своєї нерухомості<sup>51</sup>. Насправді складно визначити, якою і коли була найперша радіореклама, проте можна сказати, що при появі радіо, радіореклама вже існувала, але вона не була ще офіційною і такою популярною. Приміром, у 1916 році радіотелефонна компанія “De Forest” почала співпрацю із новою радіостанцією під назвою 2XG у Нью-Йорку. В рамках домовленості з “Columbia Graphophone Company”, радіостанція 2XG рекламувала продукцію DeForest Radio Co. Реклама відбувалась таким чином, що станція просто оголошувала назву компанії в кінці кожної пісні<sup>52</sup>.

Після того як Рузвельт почав активно використовувати радіо (особливо під час подій у Перл-Харборі) компанії побачили, що комунікацію через радіо можна використовувати як дієвий інструмент для спілкування зі своєю

---

<sup>50</sup> Корпорація *Квінсборо* була компанією з нерухомості, заснованою Едвардом А. Макдугаллом, яка зіграла важливу роль у розвитку району Джексон-Хайтс у Квінсі, Нью-Йорк.

<sup>51</sup> The History Of Radio Advertising: Marketing With Volume by Stewart Hodgson [Electronic resource]. – Access to source: <https://radiofidelity.com/history-of-radio-advertising/> Accessed: 04.04.2023

<sup>52</sup> De Forest, Lee. Father of radio: the autobiography of Lee de Forest'. Wilcox & Follett, 1950. p. 337.

аудиторією. Саме в 1930-ті радіо стає найбільш доступним для американців. Ціна на радіоприймачі в часи економічної кризи різко впала. Якщо у 1931 році ціна на недорогий радіоприймач становила 37.50 доларів, то через десять років такий радіоприймач коштував всього 10 доларів. Станом на 1930 рік 40% домогосподарств в США мали радіоприймачі, а наприкінці 1939 року вже 86% американців мали радіо у своїх домівках<sup>53</sup>.

І хоча рівень професіоналізму тільки напрацьовувався, а рекламні повідомлення транслювалися наживо, ефективність таких звернень у період формування інституту радіо (кінець 1910-х – 1920-ті рр.) та його «золотого віку» (1930-1950-х рр.) була беззаперечною<sup>54</sup>. Дж. Луле влучно зазначає, що *радіореклама спочатку вважалася небаченим вторгненням у приватність, оскільки, на відміну від газет, які приносили в дім, радіо вже знаходилося в будинку і говорило живим голосом з усією родиною*<sup>55</sup>.

Герберт Гувер боявся, щоб американці не почали потопати в рекламній балаканині, замість того, щоб слухати новини чи музику<sup>56</sup>. Корпоративні спонсори побоювались, що пряма реклама відштовхуватиме слухачів<sup>57</sup>. Тому, спочатку спонсори різних корпорацій не могли безпосередньо рекламувати свій продукт людям. Однак, це все одно нікого не зупиняло, і рекламодавці знаходили шляхи як заявити про свою продукцію чи послуги. Власне, як я згадувала вище, перший рекламний ролик в радіоефірі включав 10-хвилинну радіопрограму, в якій обговорювався житловий комплекс “Hawthorne Heights” корпорації “Queensboro”. Реклама виглядала так: під час програми представник

---

<sup>53</sup> Lenthall, Bruce. Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 56-57 p.

<sup>54</sup> Гиріна Т. С. Зародження радіореклами як передумова інституціоналізації та конвергенції радіомовлення. «Молодий вчений» № 1, січень 2018. Доступ до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/1/150.pdf>

<sup>55</sup> Lule J. Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication / J. Lule. – Kansas City: Saylor Academy, 2012. – p. 103

<sup>56</sup> Thomas F. Schwartz. A Face for Radio. [Electronical resource]. – Access to source: <https://hoover.blogs.archives.gov/2019/07/03/a-face-for-radio/> Accessed: 04.05.2023

<sup>57</sup> Kathleen M. Newman, Radio Active: Advertising and Consumer Activism, 1935-1947 (University of California Press, 2004), p. 27.

жодного разу не називав розцінки житлового комплексу, натомість просто говорив: *життя далеко від шуму і метушні великого міста...*<sup>58</sup>

Рекламні агентства почали обережно експериментувати з формами прямої реклами. Слухачі швидко це зрозуміли, але продажі товарів збільшувались, коли на радіо з'являлась пряма реклама. Як стверджував американський історик Роланд Маршан, радіо не започаткувало ери культурного піднесення, на яке всі так сильно сподівалися. Натомість радіо стало одним із головних засобів комерціалізації в епоху Великої Депресії. Коли рекламні агентства вже активно випробовували як запряцює нова форма реклами, індустрія культури на радіо почала йти на спад<sup>59</sup>. Я не зовсім погоджуюсь з таким висновком, я б сказала, що радіореклама просто почала вплітатися в різні радіо-шоу, концерти, аудіо п'єси, і таким чином стала невід'ємною частиною майже кожної радіопередачі.

Щоб детальніше проаналізувати, яка реклама та які продукти найбільше рекламувались на радіо в часи Депресії, спочатку варто розглянути які були групи рекламних роликів, і котрий з них домінував в період 1930-х рр.

- Джингли – музичний рекламний ролик, себто це коротка пісня або мелодія, яка використовується в рекламі та для інших комерційних цілей.
- Відгук – рекламний ролик, в якому споживач позитивно відгукується про якийсь товар. Зазвичай така реклама є надзвичайно потужною, оскільки тут створюється довіра до певного продукту чи бренду.
- Оповідання – реклама, яка складається лише з розмови. Це рекламні ролики, котрі вимагають акторської гри та завчасно добре написаного тексту, бо мусять бути максимально реалістичними. В цій рекламі дуже важлива інформативність та інтрига.

---

<sup>58</sup> Blackwell, H. M. Hawthorne Court Apartments, 1922. [Electronic resource]. – Access to source: <http://www.oldtime.com/commercials/Sounds/Hawthorne%20Court.wma> Accessed: 05.04.2023

<sup>59</sup> Kathleen M. Newman, Radio Active: Advertising and Consumer Activism, 1935-1947 (University of California Press, 2004), 27.

- Гумор – рекламний ролик з використанням гумору. Застосування гумору в рекламі є дещо складним та ризикованим, бо якщо не вдало пожартувати, то це може зашкодити іміджу рекламодавця. З іншого боку, за допомогою гумору, можна досягти чудових результатів, бо люди завжди не проти посміятися.
- Пряма інформація – рекламний ролик із переліком фактів. Така реклама рідко фігурує окремо, зазвичай вона мусить бути вмонтована в якийсь радіо-шоу чи програму, бо інакше, вона буде малоефективною<sup>60</sup>.

Отже, якщо 1930-ті це період економічної кризи та пилових бурь, то логічно випливає, що більшість американців не могли дозволити собі розкіш, а отже, купували лише необхідні товари. Це були товари споживчого призначення, зокрема: мило, шоколад, кава, тютюн, також автомобіль та бензин. Рекламні кампанії, які фокусувались на таких продуктах були ефективними та успішними. Також реклама стала відомою в сфері фінансів та банківських послуг. Так, як Рузвельт просив американців повертати свої гроші в банк, так само, рекламодавці почали розповідати про можливості збереження грошей та куди їх можна інвестувати. Така реклама теж була успішною, адже багато американців знаходилися в складній фінансовій ситуації.

Цікаво, що радіореклама, а саме те, яку продукцію вона рекламувала, може слугувати гарним джерелом для аналізу рівня життя в країні та загальної економічної ситуації. Властиво це можна побачити, порівнюючи першу і другу половину 1930-х.

Власне у другій половині 1930-х економіка та рівень життя в США зростає, відповідно рекламуються вже зовсім інші товари. В цьому проміжку часу стає популярною реклама всіляких побутових приладів, наприклад: пральні машини, пилотяги, холодильники і тому подібне, себто люди вже

---

<sup>60</sup> Gitte Johansen. The Theater of the Mind. A study of radio as an advertising media – and the impact of creativity. Copenhagen Business School. p. 30. Access to source: [https://researchapi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58433424/gitte\\_johansen.pdf](https://researchapi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58433424/gitte_johansen.pdf)

мають більше коштів, вони вже не купують речі тільки першої необхідності, а можуть задуматися над купівлею чогось більшого та дорожчого, наприклад техніки.

Прослухавши кілька найвідоміших рекламних радіороликів<sup>61</sup> епохи Великої Депресії, можу сказати, що найбільш поширеною була радіореклама в стилі джінглу, оповідання та прямої інформації. Візьмемо до прикладу рекламу в стилі короткої пісні, тобто джінглу. Джінгли, принаймні в 1930-ті, найбільше використовувались для рекламування продуктів харчування.

Під час Великої Депресії “Pepsi Cola” набула популярності після появи в 1934 році пляшки об'ємом 355 мл. “Pepsi Cola” була однією з провідних компаній у світі напоїв у 1930-х роках, і вона активно використовувала радіорекламу для просування своїх продуктів. Компанія залучала відомих музикантів та акторів для створення своїх рекламних роликів на радіо. У радіорекламі 1939 року Pepsi використовувала мелодію “Nickel, Nickel”, яка звертала увагу на те, що напій коштував всього лиш 5 центів (дод 2.1). Компанія Pepsi створила свій девіз: “Twice as Much for a Nickel”, що в перекладі означає: двічі більше за п'ятак<sup>62</sup>. Це гасло дуже часто транслювалось по радіо і стало одним із найвідоміших в сфері виробництва напоїв. Тут був акцент на тому, що купуючи напій від Pepsi, ви будете задоволені продуктом та ще й зекономите. Джінгл був записаний на 55 різних мовах, а для музичних автоматів було створено понад 1 мільйон копій джінглу. Потім мелодія була перейменована в “Pepsi Cola Hits the Spot” і навіть виконувалась в Карнегі-холі. У 1940 році журнал “Life” оголосив цей джінгл «безсмертним»<sup>63</sup>. Це гасло стало найбільш використовуваним за часів «золотого віку радіо», кінематографу та початку

---

<sup>61</sup> 50 Old Time Radio Commercials. [Electronical resource]. You Tube – Access to source: <https://www.youtube.com/watch?v=typsfISQI0Q&t=299s> – Name from the screen. Publication date: 04.08.2018. Accessed: 29.04.2023.

<sup>62</sup> Pepsi-Cola Advertising Through the Years. [Electronical resource]. – Access to source: <https://adage.com/article/news/pepsi-cola-advertising-years/65047> Accessed: 01.05.2023

<sup>63</sup> Marketing, Baer Performance. "Flashback Friday- "Nickel Nickel". [Electronical resource]. – Access to source: <https://baerpm.wordpress.com/2011/07/01/flashback-friday-nickel-nickel/> Accessed: 01.05.2023



телебачення. Саме під час Великої Депресії, коли країна переживала найбільшу економічну кризу, прибутки компанії із 1936 по 1938 рр. зросли вдвічі<sup>64</sup>.

Ще одним прикладом дуже успішної радіореклами є популярний бренд сніданків “Wheaties”, який був створений ще в 1921 році. Компанія почала рекламуватися радіостанцією WCCO в Міннеаполісі у 1926 році – цю рекламу називають першим комерційно записаним джінглом на мелодію тогочасної популярної пісні “She's a Jazz Baby”<sup>65</sup>(дод. 2.2). У 1927 році “Wheaties” почали колаборацію із різними спортивним командами. Спочатку це була бейсбольна ліга “Minneapolis Millers” в штаті Міннесота. Wheaties спонсорував радіотрансляції бейсбольної команди, а бейсбольна ліга вивісила величезний біл-борд з рекламою, де було написано: “Wheaties – The Breakfast for Champions”. Завдяки спонсорству трансляції бейсбольних матчів, протягом 1930-х, популярність Wheaties починає зростати. Для своєї реклами компанія використовувала відгуки відомих спортсменів, щоб продемонструвати, що ця продукція є дійсно для чемпіонів. Розквіт Wheaties припав на другу половину 1930-х, оскільки відгуки на цей продукт досягли піку майже в усіх видах спорту та навіть в інших сферах. Позитивні відгуки були від: зірок бейсболу та футболу, менеджерів, тренерів, зірок цирку, інженерів, вершників, працівників залізниць, парашутистів і т. д.

Окрім продуктів харчування варто також згадати, наприклад, про побутові товари, які були цікаві радше для домогосподарок. Найкращим прикладом із таких товарів в 1930-ті слугуватиме бренд прального порошку “Oxydol”, який найбільше продається в США, Канаді та Великій Британії. В період Депресії цей бренд почав спонсорувати радіо-шоу “Ma Perkins”, яке вважається першою мильною оперою на радіо<sup>66</sup>. Рекламуючи свій бренд під час

---

<sup>64</sup> Jones, Eleanor & Ritzmann, Florian. "Coca-Cola at Home". [Electronical resource]. – Access to source: <http://xroads.virginia.edu/~CLASS/coke/coke1.html> Accessed: 01.05.2023

<sup>65</sup> Wheaties. [Electronic resource]. – Access to source: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wheaties#:~:text=During%20these%20events%2C%20athlete%20testimonials,and%20the%20tradition%20continues%20today.> Accessed: 09.05.2023

<sup>66</sup> Procter & Gamble Co. [Electronical resource]. – Access to source: <https://adage.com/article/adage-encyclopedia/procter-gamble/98808> Accessed: 10.05.2023

мильної опери компанія “Oxydol” могла заявити про себе. Загалом, такий метод рекламування був найпоширенішим та найуспішнішим, бо слухач котрий хоче дослухати якусь історію на радіо до кінця, просто змушений звертати увагу і на рекламу.

На радіо також часто можна було почути рекламні ролики тютюнових компаній, таких як: “Camel”, “Lucky Strike” чи “Chesterfield”. Не забуваймо також, що на початку ХХ ст. стрімко розвивається автомобілебудування. Попри економічну кризу в 1930-ті, автомобілі стають більш доступними для населення середнього класу, відповідно досить багато американців серйозно задумувались над купівлею власного автомобіля. Найвідомішими компаніями, які рекламували свої авто на радіо були: “Ford”, “Chevrolet” та “Plymouth”. Додатком до цього ще рекламувались автомобільні радіоприймачі, проте цей продукт був надто дорогим для тогочасного населення, тому не набув великої популярності. У 1930 році в Массачусетсі і Міссурі були запропоновані закони, які забороняли автомобільні радіоприймачі, а опитування в 1934 році показало, що 56% людей вважають автомобільні радіоприймачі небезпечним відволікаючим фактором<sup>67</sup>.

Оскільки радіо стало найпопулярнішим засобом отримання інформації в часи Великої Депресії, радіореклама стала найефективнішим методом привернення уваги до свого продукту. Радіореклама впливала на поведінку та смаки споживачів. Чим яскравіше компанія заявить про свій товар, тим більше людей захочуть його придбати. Як бачимо, успішність радіореклами полягала в кількості повторень, акторській грі та емоційності рекламного повідомлення. Радіореклама також почала переплітатись із культурою та мистецтвом, вставляючи рекламні джінгли чи короткі повідомлення посередині радіо-шоу чи аудіо п'єс.

---

<sup>67</sup> Carly Hallman. The History of the Car Radio. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.titlemax.com/articles/the-history-of-the-car-radio/> Accessed: 09.05.2023

## 2.2 Музично-розважальний контент радіостанцій як чинник емоційно-психологічної адаптації суспільства до Великої економічної кризи

Таки основною функцією радіо, на мій погляд, було радше слухання улюблених музичних творів, радіопрограм та мильних опер. Реклама також відігравала в цьому всьому важливу роль, проте, я б назвала радіорекламу лише додатком до всього, що пропонувало радіо в епоху Великої Депресії. Далі, я би хотіла розглянути радіо як основний засіб розваг та абстрагування, оскільки воно могло запропонувати слухачам широкий спектр видів мистецтва, від музики і концертів до театральних п'єс та комедійних шоу. Я згадувала вище, що коли з'явилося радіо, то одну з перших речей, яку воно транслювало була саме музика. Тому зосереджусь саме на джазовій музиці, оскільки ця музика була улюбленим жанром американців в часи Депресії.

Через економічну кризу не всі американці могли собі дозволити таку розкіш, як відвідування джазових концертів в нічних танцювальних клубах чи театрах. Припускаю, що й певна частина населення не мала грошей на купівлю платівок і слухала джазову музику тільки через радіо. Своїми думками про цей період ділиться відомий джазовий музикант Вінтон Марсаліс:

*Це був період розквіту американської популярної пісні... Це була епоха радіо, яке розносило музику біт-бендів по всій країні. Трансляція із Коттон-клубу означала для людей знак якості. Мільйони провінціалів слухали це по радіо і думали як це прекрасно...<sup>68</sup>*

Американцям не легко було знайти собі роботу, тим паче джазовим музикантам (а якщо це ще й чорношкірі музиканти, то джазувати десь в клубах їм просто не дозволяли). Оскільки більшість американців не мало коштів на різні музичні концерти, то всі розваги перемістилися у світ радіорозваг. Станом

---

<sup>68</sup> Історія джазу серія 5. [Електронний ресурс]: документальний фільм / вир. Флорентайн Філімз //YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=TBMDH8z6gO0> – Назва з екрану. – Дата публікації: 24. 11. 2012 – Дата перегляду: 10. 05. 2023

на 1930-ті майже 23 мільйони власників будинків придбали собі радіоприймачі, а загальна аудиторія сягала приблизно 91 мільйон. Радіо дало можливість заробляти музикантам, як фоновим інструменталістам для рекламних роликів та радіо-шоу. Однак, якщо все-таки брати самі початки Великої Депресії, то музичні шоу були дуже популярні, а саме йдеться про гру великих джазових оркестрів<sup>69</sup>.

Найкращим прикладом популяризації джазу через радіо є радіо-програма «Давайте потанцюймо» [Let's Dance]. Головним музичним виконавцем в цій програмі був Бенні Гудмен<sup>70</sup>, чия музика не зразу сподобалась слухачам.

У 1934 році студії NBC запропонували Бенні Гудмену контракт на проведення радіо-шоу «Давайте потанцюймо». Шоу транслювалось по всій країні у суботу ввечері з 23:00 до 2 години ночі. Зазвичай, перші дві години Бенні грав твори, які були досить консервативними і під які легко танцювалось, але третю годину він грав свою власну новішу музику, яка пізніше стане відомою і називатиметься свінгом. Радіоаудиторія любила слухати більш традиційну танцювальну музику, а ці свінгові мелодії, запропоновані Гудменом, не настільки подобались слухачам, тому студія NBC дозволила Гудмену грати його аранжування тільки в дуже пізні години. Згодом музикант відправляється в турне, і виступивши там на багатьох сценах, він не здобув успіху, бо аудиторія не сприймала його новаторства. Коли оркестр потрапив до Каліфорнії, Гудмен та його група були втомлені та знеохочені від поганого прийому, який вони отримували. Перший концерт в бальній залі Паламар у Голлівуді Бенні та його група вирішили грати безпечно, виконуючи деякі танцювальні аранжування в старому стилі. Але натовп Каліфорнії ставився байдуже до цієї музики. Після першого сету група не знала, що робити, тому що слухачам не подобалася традиційна танцювальна музика. Нарешті, ударник Джин Крупа сказав лідеру групи: *Якщо ми помremo, Бенні, то давайте помremo, граючи свою річ*. Таким

---

<sup>69</sup> Parker J. The History of Jazz Music – the world overview, [Electronic resource]. – Access to source: <https://swingmusic.net> Accessed: 10.05.2023

<sup>70</sup> Бенні Гудмен — американський джазмен, кларнетист, його називають «королем свінгу».

чином вони ввели нову музику свінг, яку ненавиділа більшість попередніх глядачів<sup>71</sup>.

Неймовірний успіх Бенні Гудмена відкрив дорогу на радіо десяткам інших оркестрів і залучив мільйони нових прихильників в танцювальні зали та кінотеатри. Деякі із цих оркестрів мали дуже мало спільного із джазом, вони більше покладались на популярні пісні. Проте і одні, і інші зробили найголовніше: змусили всю Америку танцювати. Був оркестр, який грав блюзи Віллі Германа, оркестр Каза Лома, Боба Кросбі. Були також тільки жіночі оркестри, наприклад «Міжнародний ритм: Милашки» та багато інших<sup>72</sup>.

Радіо було потужним засобом, який використовувався для того, щоб набрати ще більше нових слухачів і зробити джаз популярною та трендовою музикою серед молоді. Приміром, в Єльському коледжі оркестр Каза Лома був популяризований саме через радіо. Джаз на радіо допоміг дітям тогочасного покоління краще зрозуміти свою ідентичність, особливо коли із радіоприймача лунала енергійна свінгова музика, під яку одразу хотілось танцювати<sup>73</sup>. Треба сказати, що музика свінгу довго поширювалась в США, проте радіо носії значно пришвидшили цей процес.

В своїх минулих наукових роботах я аналізувала і писала про те, як велика економічна криза в США посприяла розвитку американської культури. За це десятиліття відбулось становлення нового музичного жанру, а саме джазової музики. Також це період стрімкого розвитку та становлення кінематографу і мультиплікації. І це ще не всі нові види мистецтва та розваг, які принесла людям Велика Депресія. Якщо згадати про театр, то на жаль, особливого розквіту не відбулось. Все-таки розвиток радіо та кінематографу посунули театр на другий

---

<sup>71</sup> David Nelson. [Electronic resource]. – Access to source: <http://inmozartsfootsteps.com/962/how-a-three-hour-time-change-helped-benny-goodmans-career/> Accessed: 10.05.2023

<sup>72</sup> Історія джазу серія 5. [Електронний ресурс] : документальний фільм / вир. Флорентайн Філмз //YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=sLv9L9yv0Y8&t=618s> – Назва з екрану. – Дата публікації: 24. 11. 2012 – Дата перегляду: 10.05.2023

<sup>73</sup> Parker J. The History of Jazz Music – the world overview, [Electronic resource]. – Access to source: <https://swingmusic.net> Accessed: 10.05.2023

план. Однак, маємо появу та розквіт нового виду мистецтва, який дуже пов'язаний із театром і це радіодрама.

Радіодрами з'явилися тоді, коли утвердились у вжитку фонографічні записи, в яких можна було почути всілякі звукові ефекти. На початку 1930-х, коли сфера кіно тільки почала розвиватись люди могли переглядати кінокартини без звуку. При появі радіо і його перших записів, схожих на радіодрами, люди навчилися уявляти собі власні образи. Заручившись підтримкою уяви слухача, радіо поєднувало в собі діалоги, звукові ефекти, музику, випадкові розповіді малюючи всі ці образи тільки звуком. В результаті, найкращими радіописьменниками ставали ті, хто вмів створювати свої бачення тільки за допомогою слухових засобів.

Радіодрами справді дуже захоплювали людей, змушуючи слухача не відходити від радіоприймача аж поки не закінчиться якась історія чи радіовистава. Такий момент гарно відображено у 5 серії 1 сезону багатосерійного мультфільму Том і Джері<sup>74</sup>, де кіт Том дуже наляканий від історії, яка лунає із радіоприймача. Також про радіовиставу згадується у фільмі Альфреда Гічкока «У випадку вбивства набирайте М»<sup>75</sup>, де дружина із чоловіком вирішують як їм краще провести суботній вечір. Чоловік вирішує йти працювати, а дружині пропонує залишитись вдома і послухати суботню радіовиставу, на що вона відповідає: *вона гостросюжетна, а я не люблю слухати таке сама.*

Для кращого розуміння контексту творення радіовистав та радіо-шоу я скористалась Британською енциклопедією “Britannica”, а саме статтею<sup>76</sup> під назвою “The Golden Age of American radio”, де знайшла важливі деталі творення радіоіндустрії в США.

---

<sup>74</sup> Tom and Jerry/cartoon/ dir. William Hanna, Joseph Barbera // Metro-Goldwyn-Mayer. – USA, 1940.  
[https://www.imdb.com/title/tt0034753/?ref=ttls\\_li\\_i](https://www.imdb.com/title/tt0034753/?ref=ttls_li_i)

<sup>75</sup> Dial “M” for Murder/film/ dir. Alfred Hitchcock // Warner Brothers. – USA, 1954.  
<https://www.imdb.com/title/tt0046912/>

<sup>76</sup> Britannica, The Information Architects of Encyclopaedia “radio”. [Electronic resource]. – Access to source:  
<https://www.britannica.com/facts/radio> Accessed: 12. 05 2023.

Під час Великої Депресії виникла ціла індустрія радіовистав. Розвинулась група акторів, які, в основному, працювали на радіо. Їхня робота полягала в тому, щоби вокально відтворити різні діалекти та вікові діапазони. Часто було так, що один радіоактор грав дві або більше ролей в одній програмі. Таким акторам потрібно було мати особливе вміння перемикати свій голос та інтонацію на інший. Вони, як правило працювали на різні радіостанції і їх наймали на різні радіопрограми. Такі радіоактори часто стикались із проблемами добирання із одної станції на іншу. Деякі актори, наприклад, Орсон Веллс<sup>77</sup>, навіть наймали собі машину швидкої допомоги аби встигти добратися на іншу радіостанцію.

Тільки деякі радіопередачі випускалися в студіях в присутності технічного персоналу і самих виконавців. Переважно, під час радіотрансляцій на студіях були присутні багато глядачів, які ставали свідками цікавого дійства. Єдиною проблемою, було те, що ці глядачі своїм шумом чи сміхом перешкоджали аудиторії, яка слухала радіотрансляцію із дому. Однак, якщо взяти до прикладу серію американських комедійних та естрадних радіо-шоу під назвою “The Chase” and “Sanborn Hour”, то головний комік цієї програми Едді Кантор навпаки потребував сміху та оплесків. Він зробив усе можливе, щоб змусити натовп сміятися від душі під час ефіру. Звук сміху публіки виявився заразливим, до цього звикла аудиторія, і таким, чином підхід Едді Кантора переміг. Відтоді більшість комедійних та естрадних шоу залежали від реакції живої аудиторії як важливого інгредієнта.

Я згадувала вище, про те, що успішність радіореклами чи радіовистави часто залежала від доброї акторської гри та дикції. Цікаво, що найкращі та найзайнятіші радіоактори часто виступали в ефірі взагалі без репетицій, читаючи сценарій «холодно», але все ще передаючи чітко визначений настрій радіопрограми. Різниця в часових поясах вимагала, щоб багато шоу

---

<sup>77</sup> Джордж Орсон Веллс (1915—1985) — американський кінорежисер, сценарист, актор і продюсер, який активно працював у кіно, театрі, телебаченні та радіо.

транслявалися в прямому ефірі двічі: один раз для Східного узбережжя, а потім через три години для Західного.

Із розвитком наративної форми радіо з'явилися й унікальні музичні уривки, які допомагали пов'язати чи продовжити аудіо п'єсу. Так звані «музичні мости» використовувалися як перехід між різними сценами і були найкращим методом різкої зміни настрою, наприклад від комедійного до драматичного. Вони також могли вказувати на новий поворот у сюжетній лінії. Багато радіо-шоу також мали характерні тематичні пісні. Деякі з них стали нерозривно асоціюватися з конкретними виконавцями. Музиканти, які працювали на радіо могли варіюватися від одного органіста до великого оркестру. Корпорація CBS<sup>78</sup> мала свою особливу групу композиторів та диригентів. Диригентами цієї корпорації були: Марк Варнов<sup>79</sup>, Реймонд Скотт<sup>80</sup> та Люд Глускін<sup>81</sup>. Композиторами були: Лін Мюррей<sup>82</sup> та Бернард Германн<sup>83</sup>.

Спочатку радіовистави були виконані у стилі звичного тогочасного водевілю<sup>84</sup> і саме звідтам наймали акторів для роботи на радіо. Дикторів часто

---

<sup>78</sup> CBS Radio є одним із найстаріших підрозділів корпорації CBS, і існує з 1928 року. Однак фактична радіомережа CBS (зараз CBS News Radio) була запущена в 1927 році, коли сама CBS була відома як United Independent Broadcasters. Пізніше до неї приєдналася Columbia Records, і ця компанія була перейменована в Columbia Phonographic Broadcasting System.

<sup>79</sup> Марк Варнов (1900 — 1949) — скрипаль і диригент оркестру, який виступав на радіо в 1930-х і 1940-х роках. Варнов мав тривалу та різнобічну кар'єру в мережі CBS Radio. Він був музичним директором CBS на початку 1930-х років.

<sup>80</sup> Реймонд Скотт (1908 — 1994) — американський композитор, лідер гурту, піаніст, продюсер і винахідник електронних інструментів. Хоча Скотт ніколи не писав саундтреки до мультфільмів, його музика знайома мільйонам, тому що його музику адаптовано до більш ніж в 120 мультфільмах таких як: Bugs Bunny, Porky Pig, Daffy Duck та інших мультфільмах від компанії Warner Bros.

<sup>81</sup> Людвіг Еліас «Люд» Глускін (1898 — 1989) — американський джазовий ударник та диригент.

<sup>82</sup> Лін Мюррей (1909 — 1989) — композитор, диригент та аранжувальник музики для радіо, кіно та телебачення.

<sup>83</sup> Бернард Германн (1911 — 1975) — американський композитор і диригент, найбільш відомий своєю композиторською роботою для кіно. Як диригент він відстоював музику менш відомих композиторів, широко вважається одним з найбільших композиторів кіно. Він пройшов шлях від написання партитур для радіошоу, таких як «Колумбійська майстерня» та «Театр Мерк'юрі в ефірі», до створення відомих партитур до фільмів режисерів Орсона Веллса, Альфреда Гічкока та багатьох інших.

<sup>84</sup> Водевіль (фр. vaudeville) — різновид легкої комедії з куплетами, які виконуються під музику. Водевіль був жанром естрадного концерту, поширеного в Сполучених Штатах і Канаді від початку 1880-х до початку 1930-х. Розвиваючись завдяки концертним барам, мистецтву менестрелів, дешевим музеям, і літературним пародіям, водевіль став одним з найпопулярніших видів розваг в Північній Америці. Видовище кожного вечора було складене з серій окремо висвітлених тем, непов'язаних актів. Види актів, які виконувалися, вимагали залучення різних артистів: музикантів (як класичних, так і популярних), танцівників, комедіантів, дресованих тварин, магів, майстрів, акробатів, одноактні ігри, атлетів, що читають лекції знаменитостей, менестрелів, і короткометражних фільмів.



відбирали не тільки за якістю голосу, але й за їх здатністю грати на фортепіано чи якомусь іншому інструменті, щоб заповнити несподівані прогалини в програмах музикою. Взагалі, музика займала дві третини всього ефірного часу на більшості радіостанціях. Весь інший час був присвячений розмовам, інформаційному наповненню та радіо-шоу. Рідкісними були радіостанції, які спеціалізувались тільки на одному форматі. Приміром станція “Westinghouse” KYW в Чикаго транслювала тільки опери та класичну музику<sup>85</sup>.

Серед найпопулярніших і найтриваліших радіо-шоу були комедійні програми. Багато коміків навчилися цьому ремеслу із водевілю. Таких комедійних шоу під час Депресії було багато, я наведу лише кілька найвідоміших, які справили сильне враження на слухачів.

“Amos 'n' Andy” — американський радіоситком<sup>86</sup> про чорношкірих персонажів, дії якого відбуваються спочатку в Чикаго, а пізніше в районі Гарлема в Нью-Йорку. “Amos 'n' Andy” починався як один з перших радіо комедійних серіалів і походить від станції WMAQ в Чикаго. Після першої трансляції в 1928 році шоу стало надзвичайно популярним, спочатку на радіо NBC, а потім на радіо та телебаченні CBS. З 1928 по 1943 рр. шоу транслювали як нічний радіосеріал<sup>87</sup>. Воно було засноване на таксо бізнесі Амоса Джонса, його друга Ендрю Хогга Брауна та Джорджа «Кінгфіша» Стівенса. Комедія транслювалась по радіо понад 30 років. Варто зазначити, що шоу виконувалось білими артистами і поширювало негативні стереотипи про чорношкірих. Багато радіо-шоу цього десятиліття наслідували цю комедію в стилі менестрелів<sup>88</sup>. Однак у 1929 році чиказька станція WSBC представила “The All-Negro Hour”,

---

<sup>85</sup> Rich Samuels. Broadcasting. [Electronic resource]. – Access to source:

<https://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/169.html> Accessed: 11.05.2023

<sup>86</sup> Amos and Andy - 336 Episodes of the Classic Old-Time Radio show. Access to source:

<https://archive.org/details/a-a-1948-11-14-183-tourist-sightseeing-agency-aka-ny-sightseeing-agency-aka-andy/A%26A+1929-01-14+%23253+The+Efficiency+Expert.mp3>

<sup>87</sup> McLeod, Elizabeth. The Original Amos 'n' Andy: Freeman Gosden, Charles Correll and the 1928–1943 Radio Serial. Jefferson, North Carolina: McFarland, 2005. 223 p.

<sup>88</sup> Шоу менестрелів - це форма американського народного театру XIX століття, в якому білі актори, переодягнені в чорношкірих людей, розігрували комічні сцени з життя чорношкірих людей, а також виконували стилізовану музику і танці африканських рабів.

перше естрадне шоу з усіма афро-американськими артистами. Шоу допомогло прокласти шлях до кращого представлення афроамериканців на радіо та інших розвагах<sup>89</sup>. Історикиня та журналістка Елізабет Маклаод, яка написала ціле дослідження про це шоу стверджуючи, що воно стало поворотним моментом в історії радіодрами.

*Люди категорично відмовлялися вечеряти о сьомій вечора, якщо господар чи керуючий на роботі не запевнить їх, що у нього є радіо. Між сьомою та сьомою п'ятнадцять в східних містечках радіомагазини були переповнені людьми, які заходили із вулиці щоб послухати своїх улюблених коміків. Коротше кажучи, нація завмирає, коли в ефірі Амос та Енді<sup>90</sup>.*

В результаті своєї надзвичайної популярності шоу Амос та Енді глибоко вплинуло на розвиток драматичного радіо. Працюючи поодиноці в невеликій студії, Коррелл і Госден створили інтимний, стриманий акторський стиль, який різко відрізнявся від широкої манери сценічних акторів – прийом, що вимагає ретельної модуляції голосу, особливо в зображенні декількох персонажів. Виконавці вперше застосували техніку варіювання як відстані від, так і кута наближення до мікрофона, щоб створити ілюзію групи персонажів. Слухачі могли легко уявити, що вони знаходяться в офісі таксі, слухаючи розмову близьких друзів<sup>91</sup>.

“The Jack Benny Program” – радіо-телевізійний комедійний серіал, який тривав більше трьох десятиліть і, нагороджений найвищою відзнакою в американській комедії XX століття. Джек Бенні вперше з'явився на радіо як гість Еда Саллівана<sup>92</sup> в березні 1932 року. Пізніше того ж року він провадить

---

<sup>89</sup> Radio and Music in the 1920s United States. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.familysearch.org/en/blog/1920s-radio-music-america> Accessed: 04.04.2023

<sup>90</sup> Brill, A. A., ed. (1930). Amos 'n' Andy Explained. Popular Science. Retrieved 28 September 2010. Access to source:

[https://books.google.com.ua/books?id=gSkDAAAAMBAJ&q=all+about+amos+%27n%27+andy&pg=PA22&redir\\_e\\_sc=y#v=snippet&q=all%20about%20amos%20'n'%20andy&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=gSkDAAAAMBAJ&q=all+about+amos+%27n%27+andy&pg=PA22&redir_e_sc=y#v=snippet&q=all%20about%20amos%20'n'%20andy&f=false)

<sup>91</sup> Там само.

<sup>92</sup> Едвард Вінсент Салліван (1901 — 1974) — американський телевізійник, імпресаріо, спортивний та розважальний репортер, синдигований оглядач New York Daily News та Chicago Tribune New York News Syndicate.

власне шоу, спонсором якого виступив “Canada Dry Ginger Ale — The Canada Dry Ginger Ale Program”, починаючи з 2 травня 1932 року на NBC Blue Network і продовжуючи там протягом шести місяців, перенісши шоу на CBS<sup>93</sup>. Протягом усієї своєї кар’єри на радіо та телебаченні Джек грав лише одну роль – карикатуру самого себе у вигляді малоталановитого музиканта. Як на радіо, так і на телебаченні, “The Jack Benny Program” використовував вільний формат шоу – «історія в історії»<sup>94</sup> в якому головні герої грали версії самих себе. Шоу часто ламало четверту стіну<sup>95</sup>, персонажі взаємодіяли з аудиторією та коментували програму та її рекламу<sup>96</sup>.

На початках цього радіо-шоу з 1932 по 1935 рр. Джек Бенні провадив його у звичному форматі, як і багато інших тогочасних радіокоміків. Він просто стояв біля мікрофону і розповідав анекдоти. Однак, з роками шоу набуло нового формату – «вар’єте»<sup>97</sup>, де поєднувались скетч-комедія та музичні інтермедії. Жарт Джека Бенні, який найбільше запам’ятала аудиторія полягав у запереченні того, що він молодший за свого заступника на посаді директора оркестру. Загалом, жарти цього шоу несли в собі багато сатири за що їх найбільше любила аудиторія.

“The Burns and Allen Show” – американський комедійний дует, котрий проіснував понад сорок років, складався із Джоржа Бернса та його дружини Грейсі Аллен. Вони розважали аудиторію в стилі водевілю, згодом дует з’явився

---

<sup>93</sup> The Jack Benny Program. [Electronic resource]. – Access to source:

[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Jack\\_Benny\\_Program](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Jack_Benny_Program) Accessed: 05.05.2023

<sup>94</sup> Історія в історії, також називається вбудованою розповіддю, є літературним прийомом, в якому персонаж в історії стає оповідачем іншої історії. Декілька шарів матеріалів у матеріалах іноді називають вкладеними матеріалами.

<sup>95</sup> Четверта стіна — екран телевізора або простір в театрі, що розділяє сцену і аудиторію. Цей прийом присутній буквально скрізь: поділ між персонажами і глядачами допомагає зберегти придушення недовіри (концепція, що виправдовує нереалістичність оповіді) — оскільки персонаж сприймає світ художнього твору як справжній, то і глядач намагається повірити, що для персонажа цей світ справжній. Руйнування четвертої стіни — це пряме звернення героя художнього твору до автора або аудиторії. Характерним прикладом можуть служити п’єси Шекспіра, в яких персонажі часто зверталися до глядачів.

<sup>96</sup> Fuller-Seeley, Kathryn H. Jack Benny and the golden age of American radio comedy. Oakland, California. 2007. p. 279

<sup>97</sup> Вар’єте — вид розважальної програми, естрадного концерту, який складається з низки коротких номерів різних жанрів: пісень, танців, акробатичних номерів та номерів оригінального жанру, комічних сцен, реприз тощо. Термін «вар’єте» може вживатися також щодо театру, в якому відбуваються такі шоу, або щодо стилю музики, яка в них фігурує.

в радіо, кіно та телебаченні. Бернс та Аллен дебютували на радіо у 1929 році транслюючись на BBC. Пара не одразу стала успішною. В 1930 році на прослуховуванні в компанії NBC вони зазнали невдачі. Після цього Грейсі почала сольоно виступати в шоу Едді Кантора, а разом вони почали працювати на шоу під назвою “The Fleischmann’s Yeast Hour”, в 1932 році вони отримали постійну роботу в програмі “The Guy Lombardo Show” на CBS. Між виступами на цих шоу Бернс та Аллен тимчасово запустили свою тимчасову забаву, яка власне і зробила їх знаменитими радіозірками.

Прослухавши кілька радіотрансляцій<sup>98</sup> цього шоу, можу сказати, що я багато насміялась. Насправді в цьому шоу немає аж нічого такого особливого, це просто смішні та сатиричні розмови чоловіка та дружини, які тонко підколюють одне одного, але як часто кажуть в народі: *геніальність в простоті*. Саме такими словами я можу описати це шоу. Воно створює особливий домашній затишок, а жарти та розмови розбавлені веселими джазовими мелодіями.

“Fibber McGee and Molly” – ще одне комедійне радіо-шоу, де головними ведучими є чоловік та дружина. Ця комедія була основною програмою, NBC Red Network з 1936 року. Цей радіосеріал став найтривалішим та найпопулярнішим, виходивши із 1936 по 1956 рр. Це перша радіокомедія, яка виконувалась в іншій формі, на відміну від інших тогочасних комедій. Відмінність полягала в тому, що тут використовувався ансамблевий склад<sup>99</sup> постійних персонажів, яких грали актори, відмінні від головних ролей. Майже всі актори мали повторювані фрази і жарти. Радіо-шоу транслювалось за щільним графіком і вважається одним з найкраще організованих тогочасних радіоефірів. Один з головних акторів наполягав на тому, аби всі хто працюють

---

<sup>98</sup> Burns and Allen - 272 Episodes of the George Burns and Gracie Allen Old Time Radio Show from 1930-1950. Access to source: [https://archive.org/details/the-burns-and-allen-show-1934-09-26-2-leaving-for-america/The+Burns+and+Allen+Show+1934-09-26+\(2\)+Leaving+for+America.mp3](https://archive.org/details/the-burns-and-allen-show-1934-09-26-2-leaving-for-america/The+Burns+and+Allen+Show+1934-09-26+(2)+Leaving+for+America.mp3)

<sup>99</sup> У драматичній постановці акторський склад ансамблю складається з кількох головних акторів і виконавців, яким зазвичай призначається приблизно однакова кількість екранного часу. Цей термін також використовується як взаємозамінний для позначення постановки (зазвичай фільму) з великим акторським складом або акторського складу з кількома видатними виконавцями.

на цю радіопрограму повинні мати два дні відпочинку після кожної трансляції (котрі відбувались щовівторка та п'ятниці). Гумор цього шоу полягав у бігових жартах<sup>100</sup>. Саме шоу тривало 30 хв. І зазвичай вже з самого початку вже було чути хвилі сміху, особливо коли диктор радіопрограми вигукував: *Програма Джонсона Вакса із Фібером Макгі та Моллі*. Якщо Макгі говорив якісь недотепні жарти, то Моллі часто йому відповідала: *Це не смішно Макгі!* – що стало відомою крилатою фразою в 1940-х роках<sup>101</sup>.

Як бачимо, найбільше відзначилися комедійні радіо-шоу, ведучими яких були чоловік та дружина. Звичайно ж, я навела лише кілька прикладів тогочасних радіоситкомів, обравши ті, які були найвідоміші і ті, які обожнювала аудиторія. Підозрюю, що слухачі любили саме такі радіопрограми, бо вони були абсолютно простими, безпосередніми та неймовірно смішними. Мені складно було розуміти їхні жарти, мабуть тому, що потрібно жити в тій епосі, щоб розуміти тогочасний гумор. Цікаво, що із тих гумористичних програм, які мені вдалось послухати я майже не чула жартів пов'язаних із великою економічною кризою. Переважно жарти були сфокусовані радше на побуті чи стосунках. Для мене це відкриття, бо, зазвичай коли країна знаходиться в стані війни чи економічної кризи, то культура, а особливо гумор акцентує на цьому увагу. В кінематографі, приміром, сатирично висміювалось суспільство та монотонна робота на фабриках (напр. фільм Чарлі Чапліна "The Modern Times" 1936 року). А театр, навпаки, намагався показати і вирішити тогочасні проблеми із посухою, економікою, хворобами, прямо транслюючи це на сцені. Можливо я зробила помилкові висновки, оскільки я не прослухала всі гумористичні радіо-шоу тих часів, тому базую свої висновки та припущення тільки на тому, що вдалось послухати та проаналізувати.

---

<sup>100</sup> Біговий кляп або біговий жарт - це літературний прийом, який приймає форму забавного жарту або комічного посилання і неодноразово з'являється в літературному творі чи іншій формі розповіді. Хоча вони схожі, крилаті фрази не вважаються біговими приколами.

<sup>101</sup> Radio comedy diary: a researcher's guide to the actual jokes and quotes of the top comedy programs of 1947-1950/ [collected by] Gary Poole. 2001 p. 202.

Окрім комедійних радіо-шоу, американці із величезним захопленням слухали радіовистави. Саме вони стали найбільшою розвагою для тих, хто не мав достатньо коштів на кіно чи театр. Радіодрама веде своє коріння з 1880-х років: *У 1881 році французький інженер Клеман Адер подав патент на вдосконалення телефонного обладнання в театрах*<sup>102</sup>. Якщо говорити про англомовну радіодраму, то вона бере свій початок у Сполучених Штатах. У газетних звітах можна знайти інформацію про всілякі драматичні експерименти комерційних радіостанцій США: спочатку станція KYW транслювала сезон різних опер з Чикаго, починаючи з листопада 1921 року. Вже у лютому 1922 року цілі бродвейські музичні комедії з оригінальними акторськими складами вийшли в ефір зі студії WJZ у Нью Арку. Поворотний момент в історії розвитку радіодрами стався у Скенектаді на Нью-йоркській станції WGY, коли почалися щотижневі студійні трансляції повнометражних сценічних п'єс у вересні 1922 року<sup>103</sup>.

На жаль, поки не написано серйозних великих досліджень присвячених американській радіодрамі 1920-х та 1930-х рр. На цю тему написано лише кілька книг, серед них праця Елізабет Маклаод<sup>104</sup>, та дослідження Річарда Дж. Хенда<sup>105</sup> про радіо жахи – саме ці дослідники зосередились на періоді 1920х та 1930х років. Я зосереджусь та висвітлю кілька найвідоміших тогочасних радіовистав і спробую з'ясувати у чому полягала їхня популярність та всенародне захоплення.

“The Shadow” – радіовистава вперше з'явилася на радіо в 1930 році, де був один оповідач, який протягом години розповідав детективні історії на станції CBS. До 1932 року цей оповідач перетворився на персонажа і став зіркою власного шоу. До 1935 року роль «Тіні» грав Френк Редік, а в 1937 році головну

---

<sup>102</sup> Tim Crook: Radio drama. Theory and practice. London; New York: Routledge, 1999, p. 15.

<sup>103</sup> Radio Drama. [Electronical resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Radio\\_drama](https://en.wikipedia.org/wiki/Radio_drama) Accessed: 14.05.2023

<sup>104</sup> Elizabeth McLeod, The Original Amos 'n Andy: Freeman Gosden, Charles Correll, and the 1928–1943 Radio Serial. McFarland & Co, 2005. 223 p.

<sup>105</sup> Richard J. Hand, Terror on the Air!: Horror Radio in America, 1931–1952 McFarland, 2006. 192 p.

роль взяв на себе 22-річний Орсон Веллс. Сюжет полягав в тому, що Тінь була таємною особистістю Ламонта Кренстона, який мав силу гіпнотично затуманювати розум оточуючих, щоб зробити себе невидимим. У ранніх епізодах він іноді використовував телепатію та здатність змушувати інших бачити ілюзії, хоча ці інші сили поступово втрачалися в наступних сезонах.

Радіоепізоди були мелодраматичного характеру, головний персонаж Тінь часто вистежувала масових вбивць чи психічно-хворих людей, які здійснювали химерні злочини. Приміром, в одному з епізодів пірат використовує підводний човен, щоб посіяти хаос у відкритому морі, а в іншому, божевільний вчений викидає літаки з неба гігантським магнітом. Використовуючи свою невидимість для збору інформації та ведення війни зі злочинцями, Тінь неминуче зриває їхні схеми<sup>106</sup>. *Хто знає, яке зло таїться в серцях людських?... Тінь знає!*<sup>107</sup> Важливо зазначити, що Тінь прославилась не тільки завдяки радію, але й через те, що цього персонажа публікували в журналах, а пізніше і в коміксах. Себто, можна сказати, що такого стилю радіовистави започаткували еру та моду на супергероїв.

Власне наступним прикладом радіодрами, де головний персонаж це супергерой є "The Lone Ranger" – радіосеріал, який виявився хітом і породив серію книг, (в основному написаних Страйкером), популярне телевізійне шоу, яке виходило з 1949 по 1957 рр., комікси та кілька фільмів. Прем'єра першого з 2,956 радіоепізодів "The Lone Ranger" відбулася на WXYZ, радіостанції, що обслуговує Детройт, штат Мічиган, 31 січня 1933 року<sup>108</sup>. Радіодрама розповідала про пригоди мисливця за злочинцями, який мандрує країною на своєму коні на ім'я Сільвер, маскуючи своє обличчя. Кожен епізод закінчувався вирішенням проблеми із мудрою мораллю. Шоу одразу мало шалений успіх.

---

<sup>106</sup> DeForest, Tim. "The Shadow". Encyclopedia Britannica. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.britannica.com/topic/The-Shadow-American-radio-program>. Accessed 13 May 2023. Accessed: 09.05.2023

<sup>107</sup> The Shadow - 239 Episodes of the Old Time Radio Drama. Access to the source: [https://archive.org/details/the-shadow-1938-10-09-141-death-stalks-the-shadow/The+Shadow+1937-09-26+\(87\)+The+Death+House+Rescue.mp3](https://archive.org/details/the-shadow-1938-10-09-141-death-stalks-the-shadow/The+Shadow+1937-09-26+(87)+The+Death+House+Rescue.mp3)

<sup>108</sup> The Lone Ranger. [Electronical resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Lone\\_Ranger](https://en.wikipedia.org/wiki/Lone_Ranger) Accessed: 09.05.2023

Персонаж «самотнього рейнджера», став найвідомішим у світі західним героєм. Радіопрограма була надзвичайно популярна як серед дітей, так і дорослих, виходивши в ефір з 1933 по 1956 роки. Насправді, опитування того часу показали, що більше половини аудиторії склали дорослі<sup>109</sup>. До 1939 року близько 20 мільйонів американців слухали цю програму. Також він відзначився особливою музикою, через яку аудиторія одразу впізнавала який радіосеріал зараз транслюють по радіо. Музика була, в основному, взята з фіналу «Маршу швейцарських солдатів» увертюри Джоакіно Россіні «Вільям Телль», яка, таким чином, стала нерозривно пов'язана з серіалом<sup>110</sup>.

“The War of the Worlds” – радіосеріал режисером та оповідачем якого був Орсон Веллс. Серіал адаптовано за книгою Герберта Веллса «Війна світів» (1898). Серіал транслювався в прямому ефірі о 8 вечора за східним часом із 30 жовтня 1938 року по радімережі CBS. Формат програми полягав в імітованому прямому випуску новин. Перші дві третини годинної радіоп'єси були присвячені переказу подій роману у вигляді випусків новин.

*Я задумав ідею зробити радіопередачу таким чином, щоб насправді здавалося, що відбувається криза, - сказав Веллс, - і транслювалася б у такій драматизованій формі, щоб здаватися реальною подією, яка відбувається в цей момент, а не є просто радіоп'єсою<sup>111</sup>.*

Ідея Веллса спрацювала і за одну ніч радіоп'єса прославилася на всю Америку. Цей момент гарно описаний в дослідженні Брюса Лентана про радіо в часи Депресії<sup>112</sup>.

---

<sup>109</sup> The Lone Ranger. [Electronical resource]. – Access to source: <http://www.radiospirits.com/aboutotr/featshow.asp> Accessed: 09.05.2023

<sup>110</sup> The Lone Ranger. [Electronical resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Lone\\_Ranger](https://en.wikipedia.org/wiki/Lone_Ranger) Accessed: 09.05.2023

<sup>111</sup> Brad Schwartz. A. The Infamous “War of the Worlds” Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke. [Electronical resource]. – Access to source: <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/?no-ist> Accessed: 10.05.2023

<sup>112</sup> Lenthall, Bruce. Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 275 p.



Слухачі, які ввімкнули радіо в неділю 30 жовтня 1938 року після восьмої вечора, раптом почули, що оркестр Рамона Ракелло припиняє грати і раптово починається спеціальний випуск новин. Декілька астрономів, як заявив диктор, помітили незрозумілі вогняні вибухи на поверхні планети Марс. Диктор швидко повернув слухачів до оркестру, який вони слухали, але пообіцяв, що знову повернеться в ефір, як тільки проведе інтерв'ю з одним із астрономів. Через кілька хвилин диктор представив репортера та професора Річарда Пірсона. *Будь ласка, розкажіть нашим радіоглядачам, що саме ви побачили, спостерігаючи за планетою Марс.* Відповідати на це питання почав голос Орсона Веллса, після чого трансляція радіосеріалу «Війна світів» вийшла з-під контролю.

Протягом наступної години Веллс та група акторів впевнено розповідали про знищення світу, бо марсіани збираються атакувати планету Земля. Себто, Веллс зумів так добре драматизувати історію, що цей радіосеріал став найвідомішим із тогочасних радіопередач.

Слухачі, які налаштувалися на святкування Хелловіну, раптом почули, що марсіани приземлили свої космічні кораблі спочатку в Нью-Джерсі, а потім по всій країні. Крім того аудиторія чула як марсіани знищують населення тепловими променями та спустошують армію отруйним газом. Вони почули попереджувальні повідомлення та часті перериви радіозв'язку.

Понад мільйон слухачів (а це приблизно 1/5 аудиторії) справді повірили, що всі ці події є жахливою реальністю. Звичайно ж, ця радіопрोगрама, в першу чергу, прославилась тим, що викликала в американців великий страх. Слухачі втікали, молились, забивали телефонні лінії в пошуках хоч якоїсь інформації, впадали в шок, і думали що краще вчинити самогубство, ніж померти від рук марсіанина. Натовпи, які з'явилися на вулицях Нью-Йорка, розповів один свідок, своєю кількістю та панікою перевершили хаотичну сцену вкінці Першої світової війни. Чоловік із Нью-Йорка захотів придбати собі зброю, щоб він і його сім'я могли, таким чином, покінчити з собою. Жінка із Теннессі провела

вечір, молячись на своїй кухні, а господар вечірки в Каліфорнії повідомив, що у двох його гостей стався серцевий напад, коли вони почули про вторгнення. У Трентоні, Нью-Джерсі, трансляція пошкодила міський зв'язок, оскільки близько двох тисяч абонентів намагались додзвонитись до відділу поліції протягом двох годин. На щастя, справжньої надзвичайної ситуації не було, сказав міський менеджер.

В історії радіопередачі «Війна світів» є щось більше, ніж просто звичайна розповідь про космічних загарбників і згодом паніка американців. Можливо, радіопрोगрама Веллса не була аж так широко почутою і лише в небагатьох викликала драматичну реакцію. Однак, ця трансляція та її наслідки показують, як американці інтегрували новий засіб комунікації у своє життя в десятиліття Великої Депресії. На прикладі цієї історії також можна побачити, як американці прагнули примиритися з радіо та зростися із культурою, яке воно представляло. Багато хто знайшов у радіо відчуття незалежності у власному житті. Комуś радіо відкривало перспективу свідомо транслювати свої думки та дарувати нові життєздатні надії, через спілкування з масовою аудиторією. Коли американці визначали, що для них означає радіо, то для них це був засіб отримання певної міри контролю і голосу в масовому знесиленому світі<sup>113</sup>. Цей процес, в свою чергу, допоміг сформувати сучасний світ, де людина формує себе вже за допомогою інших засобів масової інформації.

Тож можна впевнено стверджувати, що вплив радіореклами та радіовистав на американців був великим. У реаліях становлення суспільства споживання для рекламодавців радіо слугувало ефективним засобом залучення нових клієнтів, формувало нові стратегії продажів, і відповідно, моду на рекламовані товари, нові запити і поведінку слухачів як покупців. Радіовистави допомагали американцям абстрагуватись від повсякденних проблем, фінансових труднощів і насолодитися розважальним контентом. Радіоп'єси,

---

<sup>113</sup> Lenthall, Bruce. *Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture*. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 1-2 p.

використовуючи лише звук та голос для створення візуальних образів, стали новим видом американського мистецтва.

## РОЗДІЛ III

### УКРАЇНСЬКІ РАДІОПРОГРАМИ В США

(на основі матеріалів з українського музею-архіву в Клівленді, штат Огайо)

У цьому розділі на основі кількох діаспорних видань, зокрема, газети «Америка» будуть проаналізовані українські радіопрограми у США, буде з'ясовано їх репертуарне наповнення (п'єси, музика, новини, історії тощо), визначені міста США, де українське радіомовлення було найбільш поширеним.

Українська діаспора є в багатьох країнах світу. Вона особливо зосереджена в інших пострадянських державах (Білорусь, Казахстан, Молдова та Росія), Центральній Європі (Чехія, Німеччина та Польща), Північній Америці (Канада та США) та Південній Америці (Аргентина та Бразилія). В останній чверті XIX ст. внаслідок аграрного переселення відбулася масова еміграція українців з Австро-Угорщини на Американський континент. Перед початком Першої світової війни майже 500 тис. українців емігрували до Сполучених Штатів. Велика частина емігрантів в США працювала в будівельній і гірничодобувній промисловості. Багато хто працював на тимчасовій основі, тільки для того щоб заробити кошти і повернутися.

Більшість української діаспори в Америці зосередилася на звільненні нації та здобутті незалежності. Під час Першої світової війни та боротьби за свободу в Україні (1919–1920) діаспора в США та Канаді активно прагнула залучити локальні уряди до підтримки їхньої справи. Приміром, русини переконували уряд Сполучених Штатів, що Закарпатська область має входити до складу Чехословацької республіки в 1919 році.

Потреба солідарності призвела до створення українських релігійних, політичних і громадських організацій, які підтримували зв'язки з батьківщиною. Звідти надходили книги, засоби масової інформації, діячі культури та ін. Крім цього, місцевий вплив, а також вплив з боку батьківщини

призвели до процесу національного відродження. Іноді діаспора навіть випереджала свій час в питанні національного пробудження<sup>114</sup>.

В США сформувалось багато українських діаспорних осередків. Їхні масштаби залежали від кількості українців та українських американців, які там проживають. Найбільші осередки знаходяться в таких містах як: Нью-Йорк, Чикаго, Філадельфія, Детройт, Лос-Анджелес та Клівленд.

Власне одна з найстаріших та найчисельніших груп української діаспори знаходиться в промисловому місті Клівленд, штату Огайо. Тут у 1948 році був заснований Український музей-архів, який діє й до сьогодні. В статуті музею, можна знайти такий наказ: *збирати і добре зберігати зразки духовного матеріалу та народної культури українців та їхніх нащадків. Зберігати пам'ятки воєн за незалежність України та періодів її державності. Слугувати своїми колекціями цілям дослідників і громади в поширенні об'єктивної інформації про наш народ і про Україну. УМА поширюватиме серед населення інформацію про здобутки та прагнення українців в Україні та в діаспорі*<sup>115</sup>.

Український музей-архів (УМА) взяв на себе завдання зібрати і зберегти предмети української історії та культури в часи, коли такі матеріали навмисно знищувались в Радянській Україні. Упродовж першої чверті століття свого існування УМА зібрав величезну колекцію, що містить багато рідкісних, навіть унікальних експонатів. Бібліотека УМА містить 9 тис. книг і 2 400 тис. назв періодики. Крім того тут є архів, а також філателістичний, нумізматичний, мистецький, етнографічний та пластовий відділи. Український музей-архів служить громаді через виставки, що показують багатство і глибину української культури, та участь у наукових дослідженнях й інформативних заходах<sup>116</sup>.

---

<sup>114</sup> Ukrainian diaspora. [Electronical resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Ukrainian\\_diaspora](https://en.wikipedia.org/wiki/Ukrainian_diaspora)  
Accessed: 15.05.2023

<sup>115</sup> Luba G. The Ukrainian Museum-Archives in Cleveland, Ohio: A Historical Study, 1948-194. [Electronical resource]. – Access to source: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED390409.pdf>

<sup>116</sup> Український музей-архів у Клівленді. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%D0%B0%D1%80%D1%85%D1%96>

В архіві музею можна знайти багато збірок преси української діаспори, охоплюючи період кінця XIX ст. і закінчуючи сучасними виданнями. Однією з газетних видань, які там зберігаються є газета «Америка», саме кілька її видань я змогла дослідити і на основі якої аналізуватиму українські радіопрограми в США.

Історія виникнення газети «Америка» тягнеться ще із 1884 року в містечку Шенандода, штату Пенсильванія. Газета друкувалася одним виданням щомісяця, потім почала друкуватись частіше, в результаті стала виходити щотижня. Засновником цього видання вважається Іван Волянський, який був першим греко-католицьким священиком для українських переселенців. Він був одним із тих діячів, які піклувалися про розвиток та збереження української культури. Все це виражалось через будівництво церков, допомогу спілкам українських робітників, заснування українських крамниць, також українського хору, театральної трупи, оркестру та бібліотеки<sup>117</sup>.

Газета була не лише засобом масової інформації, але й слугувала як засіб зв'язку для української діаспори, сприяла її об'єднанню та мобілізації та підтримку України та української культури в США. Крім цього, видання допомагало адаптуватися українським іммігрантам до нових реалій, висвітлюючи різні вакансії та можливості для працевлаштування, освіти та ін. послуги. Хочу зазначити, що читаючи ці газети в Клівленді я зустріла також неймовірну кількість жартів та анекдотів, гадаю такі речі теж підвищували читачам настрій і допомагали призвичаїтися до нового життя. У 1930-х діаспорне видання «Америка» друкувалось двічі на тиждень – по середах та суботах. У 1940-х, кількість випусків збільшилась до трьох на тиждень.

---

[D0%B2\\_%D1%83\\_%D0%9A%D0%BB%D1%96%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96](#) Дата останнього перегляду: 15.05.2023

<sup>117</sup> Савчук. М. Видавнича діяльність української діаспори у США та Канаді до Першої світової війни. Українська академія друкарства. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-51/40.pdf>.

Переходячи до розгляду українського радіо закордоном в 1930-ті роки, перш за все, треба сказати, що воно було на периферії. В 1930-ті роки Україна переживала чи не найбільші репресії з боку Радянського Союзу. Окрім цього, постійне викачування ресурсів, індустріалізація, колгоспи і т. д. Політика Сталіна, фактично, забороняла українцям будь-які прояви своєї культури, ідентичності, створення організацій та ін. Вище я неодноразово наводила дані про кількість радіоприймачів та радіослухачів в США і з кожним роком ця кількість зростала. В Європі була подібна ситуація, радіо також стрімко поширювалось серед населення. Проте, в Радянському Союзі обстановка із поширенням культури радіо дещо відрізнялась. Першою із причин було те, що Сталін максимально обмежував та контролював будь-які ЗМІ, відповідно радіо в цьому контексті, могло слугувати хіба що як засіб пропаганди. Другою причиною, яка логічно впливає із першої, є те, що в 1930-х в СРСР стягувалась дуже висока плата за радіопрослуховування. Діаспорна газета «Свобода» 1933 року (дод. 1.2) висвітлює такі дані:

*Червона Москва розраховувала на прихід з радіоабонентів у висоті 7.5 мільйона карбованців. У дійсності прихід з цього боку приніс менше ніж 1 мільйон карбованців. Обраховано, що Україна заплатить за дозвіл вживати радіо коло 1.5 мільйон карбованців. Розуміється, що червона Москва стягне це все в інший спосіб з українського населення. Такий стан подають цифри. А тимчасом радянська преса розголошує по цілому світі, що в Радянщині мало що не кожний селянин має радіо, а робітники то такі всі забезпечені з того боку<sup>118</sup>.*

Така інформація тільки підтверджує те, що мови про якийсь розвиток українського радіо в СРСР і бути не могло.

Однак, якщо подивитися на українську діяльність закордоном, то деякі українці і вже сформовані ними національні організації почали організовувати

---

<sup>118</sup> До чого догосподарились большевики з радіом. Газета «Свобода». 1933. Ч. 244. С. 1. Режим доступу до ресурсу: <https://www.svoboda-news.com/arxiv/pdf/1933/Svoboda-1933-244.pdf>

окремі українські радіопрограми. Станом на початок 1930х, ці програми не мали систематичного характеру та чіткої регулярності, вони виходили тільки на місцеві регіональні радіостанції з обмеженою аудиторією в якомусь конкретному місті чи штаті США. Якщо говорити про радіотрансляції українських програм на національному рівні в США, то все це транслювалось дуже фрагментарно. Частота трансляцій залежала від геніальності та виконання українських особистостей, музикантів, співаків, акторів, хорів чи оркестрів. Також все залежало від кількості аудиторії, яка би могла оцінити і захопитись українською лірикою, історичними баладами, творчістю музичних колективів<sup>119</sup>.

З кожним роком українське радіо розвивалось. 1933 рік можна назвати початком популярності українського радіомовлення в США. Випуск українських пісень вже транслювався на загальнонаціональному рівні. Від першого концерту до серії виступів талановитих музикантів за один рік українська громада дуже зміцнила своє представництво в радіо-просторі. Крім цього, ще й зріс рівень усвідомлення своєї національності, ідентичності та культури<sup>120</sup>. Власне такий розвиток українських радіопрограм можна простежити, прочитавши кілька видань газети «Америка», в моєму випадку це видання за 1932, 1933 та 1935 роки.

Варто почати із звичайного оголошення (дод. 1.3) про появу українських радіопрограм, яке можна знайти у виданні за 1932 рік.

*Заходом Українського Торговельного підприємства Сурма в Нью Йорку, в неділю, 20 березня відбудуться дві програми на радіо. Перша від години 8:30 до 9 рано із станції WLBX Лонг Айленд Ситі. Друга від 9 до 9:30 рано із станції WOV 1130 кс. Нью Йорк Ситі. Станція WOV нанята на цілий місяць, спеціально*

---

<sup>119</sup> Hirina, T. / Concerts of Ukrainian Music Groups in the National Radio Space of the Usa (Experience of 1933) //Серія: Соціальні комунікації, 2021 р., № 3 (47) Access to source: <file:///C:/Users/hp/Downloads/834-2401-1-SM.pdf>

<sup>120</sup> Там само.



*на те щоби Українці з дальших околиць від Нью Йорку могли почути гарну українську програму у своїх хаті.*

*Як буде багато листів з дальших околиць, що ця станція добра, то Сурма візьме ту станцію на стало<sup>121</sup>.*

В газетних статтях чи оголошеннях про українське радіо часто фігурує торговельне підприємство «Сурма» у Нью-Йорку в якості організатора чи головного спонсора. «Сурма» вважається одною із найстаріших українських крамниць національної символіки та книжок, засновником і власником якої є Мирон Сурмач. Цей книжковий магазин вперше відкрив свої двері в 1918 р. і називався «Січовий Базар», а відкрили його М. Сурмач, М. Гандзюк та І. Королук. У 1927 році, Мирон Сурмач став його господарем та змінив вивіску на «Сурма» - під цією назвою українська крамниця в Іст Віллідж – району Нью-Йорка, відомий також як «Маленька Україна», - стала сімейним бізнесом Сурмачів, здобувши величезну популярність (не лише серед української діаспори) та проіснувала до 2016 року<sup>122</sup>.

Не заглиблюючись в історію цього підприємства, треба сказати, що воно сильно розвинулось. Незабаром місцина перетворюється на готель. Тут за дешеву ціну могли перебути певний час новоприбулі з України, довідатися про новини, встановити контакти зі старожилами, віднайти роботу. Містяни стали засиджуватися допізна. До власника книгарні писали листи провідні українські письменники, громадські діячі, політики. В архіви «Сурми» потрапили листи, від Богдана Лепкого, Іллі Киріяка, Дмитра Донцова, Олександра Кошиця. У них — прохання, пропозиції, роздуми і сподівання...

Однак, ще одним напрямом діяльності цього підприємства було поширення української музики. Протягом тривалого часу «Сурма» була одним

---

<sup>121</sup> Українська програма на радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 19 березня, 1932. VOL. XXI. № 32. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>122</sup> Найстаріша українська крамниця національної символіки та книжок «Сурма» у Нью-Йорку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://okiua.blogspot.com/2022/08/blog-post\\_50.html](https://okiua.blogspot.com/2022/08/blog-post_50.html) Дата останнього перегляду: 15.05.2023

із стабільних замовників відомої світової фірми грамзапису «Колумбія». У 1930-х — 1940-х роках продажі платівок із записами українських народних пісень і музики побили рекорди продажу по цілій Америці. Цьому сприяло те, що Конгресова бібліотека США у Вашингтоні зніщувала перевипуск таких платівок на довго ганих пристроях з метою їх поширення в усіх американських школах. Книгарня «Сурма» фінансувала запис голосу легендарної Соломії Крушельницької, зібраного заново в Нью-Йорку відомого хору Олександра Кошиця, а також «Вечорниць» Ніщинського<sup>123</sup>. І власне, як я згадувала вище, підприємство активно сприяло розвитку українських радіопрограм. Звичайно ж, найбільше ці програми розповсюджувались для слухачів Нью-Йорка та сусідніх його штатів, але дивлячись на це в ширшому контексті українська музика на радіо ставала дедалі більше популярна й по всьому США. Це можна побачити на прикладі наступних газетних статей (дод. 1.4) і (дод.1.5)

*Підприємство Сурма в Нью Йорку від неділі 13 ц. м. зачало українську радіо-програму на сильнійшій стації, щоби Українці з Пенсилвенії, Конектикат і других стейтах могли також слухати і любоватись українськими народніми мелодіями і діточими таланами. Перша програма була в неділю рано в годині 8.45 до 9.15. Стація WOY 1130 Кс.*

*На отворенні нової серії українських програм були запрошені добрі співаки і музичний ансамбль М. Вдовяка. Співали між іншими К. Гнатків з Рачестер і А. Цюпа з Бруклина<sup>124</sup>.*

В наступній статті, яка є логічним продовженням попередньої, йдеться про те, що транслювала для слухачів українська радіо програма в Нью-Йорку.

*Сьогодні із стації WOY, в годині 9 рано аматори радіопрограм мали милу несподіванку. Завдяки базарови «Сурма» з Нью Йорку слухачі думкою перенесли на пів години в карпатські гори, на Гуцульщину. «Гуцульська*

---

<sup>123</sup> Микола Тимошик. У Нью-Йорку «Сурма» грає... Газета *День*. Випуск №159, 2014. Доступ до ресурсу: <https://day.kyiv.ua/article/podorozhi/u-nyu-yorku-surma-hraye> Дата останнього перегляду: 16.05.2023

<sup>124</sup> Українська програма на радіо в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, Вівторок, 15 березня, 1932. VOL. XXI. №30. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

*програма» мала одно до бажання, а то щоби були ліпші співацькі сили. Зрештою мали ми дійсно добру Гуцульщину. Дуже влучний реферат по українськи (референт гр. Мирон Сурмач), реферат по англійськи менаджера стації, про народну гуцульську музику, трембіту, дримбу, цимбали, співанки, коломийки і правдиву народню сопілку.*

*Треба висловити дійсне признання за добір програми. Була це загалом одна з найліпших українських радіопрограм, які доводилось дотепер чути. Її вартість полягала в тім, що показувала життя простого люду, таким яким воно в дійсности буває. Підприємство Сурма винаймило стацію на цілий рік. Тому можна надіятися, що такі етнографічні програми будуть іти кожної неділі в годині 9 рано і обіймуть образки з життя на всіх землях України<sup>125</sup>.*

Зрозуміло, що в радіопрограмах транслювався не тільки гуцульський світ. Українські радіопрограми пропонували величезний спектр всілякої музики, історій чи навіть п'єс та жартів. В газетних статтях часто зустрічаються оголошення про радіоконцерти, які присвячені пам'яті відомих українських митців. Приміром, 27 березня 1932 року в Детройті транслювався радіоконцерт пам'яті Т. Шевченка (дод. 1.6).

*В неділю, дня 27 березня годині 2 сполудня дітройтський хор Бояна дає щорічний концерт присвячений пам'яті Тараса Шевченка із радіо-стації WJR в Дітройт. Концерт складатиметься з творів українських композиторів Бортнянського, Воробкевича, Матюка, та промови по англійськи й українськи отця Льва Сембратовича<sup>126</sup>.*

Також українці могли транслювати свій контент в честь великих свят, які за традицією щорічно святкує український народ. Таке оголошення знаходимо в газетній статті під назвою «Зеленосвятна радіопрограма в Нью Йорку» (дод.

---

<sup>125</sup> Українська етнографічна радіопрограма. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 19 квітня, 1932, VOL. XXI, №45. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>126</sup> Шевченківський радіо-концерт в Дітройт. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 24 березня, 1932, VOL. XXI, № 34. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

1.7), де знову головним організатором постає Мирон Сурмач, про якого згадувалось вище.

*21 червня – з нагоди українських Зелених свят приготував грім. Мирон Сурмач, властитель Базару Сурма, дуже інтересну українську програму на радіо-станції WOY на годину рано... Опісля пішла програма вокальна й музикальна, а також несподівана патріотична промова. На музичну програму зібрав гр. Сурмач побутові картини з південно-східних частин Галичини, починаючи від Мостів аж до Сокальщини... Грала музика з Батятич кількома наворотами... Мабуть менаджер захопився тими мелодіями, і відчув в них молодість – буйність, бо виголосив коротку промову з похвалами для української дівчини... Ця програма закінчила сезон Сурми на станції WOY, а дальші програми будуть передані з якоїсь іншої станції, котрої ім'я ще не проголошене<sup>127</sup>.*

Окрім Мирона Сурмача та побіжно згаданих українських композиторів твори яких транслювали на американських радіостанціях, мабуть найбільше своєю діяльністю відзначився відомий український хоровий диригент, композитор, етнограф – Олександр Кошиць, принаймні такі висновки можна зробити із оголошень діаспорного видання «Америка».

Олександр Кошиць – видатний диригент, який своїм талантом підкорив спочатку Європу, а згодом всю Північну та Південну Америки, де українському митцю аплодували стоячи. Визнаний світовими критиками, він увійшов до когорти найвпливовіших митців хорового виконавства першої половини ХХ ст. Однак в тогочасній Україні про нього, фактично, ніхто не знав, оскільки його ім'я було заборонене. Вважалось, що він націоналіст, який веде антирадянську агітацію за допомогою української народної пісні.

У 1917 році Українська Центральна Рада обирає його музичним представником Театрального і Музичного Комітету, який пізніше перетворили

---

<sup>127</sup> Зеленосвятна радіо-програма в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 23 червня, 1932. VOL. XXI. № 72. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

на Музичний відділ Міністерства освіти України. За два роки Симон Петлюра доручив організувати в Києві Українську республіканську капелу (з 1919 – Український республіканський хор). Зібраний ансамбль на чолі з Кошицем виїхав на гастролі спочатку до Європи, а потім до Америки. Їхні виступи перевершили всі сподівання. Зали були набиті охочими послухати українські пісні, а критики не шкодували схвальних відгуків. Про Україну починають говорити на обох американських континентах.

Більшість свого життя Кошиць прожив в еміграції. З 1924 року він мешкає в США, пишучи музичні твори, створюючи обробки до українських пісень. У Нью-Йорку видає збірку пісень, перекладених англійською мовою. Американці зацікавилися його роботами. Він частий гість на американському радіо, також читав лекції про українську музичну культуру в Колумбійському університеті. Своєю діяльністю О. Кошиць зміцнив, популяризував та вивів на новий рівень українську культуру<sup>128</sup>. Завдяки йому українське мистецтво посіло визначне місце у світовій культурі, починаючи від обробки «Щедрика» і закінчуючи різними фольклорними та літургійними творами.

В газетній статті 1933 року маємо велику оповістку про те, що «Олександр Кошиць виступатиме з своїм хором на Коломбія Бродкестинг Систем з Нью Йорку» (дод. 1.8).

*Чотири суботи, починаючи з 15 липня, в годині 8:15 вечером буде співати на радіо ново-підготований хор під диригентурою проф. Олександра Кошица. Ці чотири виступи для Columbia Broadcasting System, Inc., 485 Madison Ave., New York, N. Y. будуть тільки пробні для упевнення самої згаданої компанії, як велике число слухачів стягне українська пісня. Коли результат буде вдовольняючий, Компанія підпише контракт на українську годину на протяг одного року... Проф. Кошиць має цілу низку підготовлених народніх та*

---

<sup>128</sup> Мар'яна Шевелева. Олександр Кошиць: Із піснями через світ! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uain.press/blogs/1079386-1079386> Дата останнього перегляду: 20.05.2023

*церковних пісень і це була би одинока нагода вислухати ряд пісень дуже дешевим коштом, бо тільки по 3 центи за кожний раз...*<sup>129</sup>

Кількома днями пізніше в газеті за 20 липня, знаходимо дві статті (дод. 1.9, дод. 1.10), пов'язані із минулим виступом Олександра Кошиця, де висвітлено які музичні твори було виконано і прохання до українців, аби вони писали свої листи на Colombia Broadcasting System для того щоб українська радіопрограма виходила регулярно, маючи свої викуплені часові проміжки.

*Коли багато слухачів напише до управи Коломбія Бродкестинг Систем, що подобалась українська програма хору Олександра Кошиця і що раді би слухати кожної суботи, то можливо що компанія про це подбає*<sup>130</sup>.

...

*В суботу вечір, в годині 8:15 зі станції WABC, приналежної до Коломбія Бродкестинг Систем, виступив перший раз спеціально в такій цілі зорганізований Український хор Олександра Кошиця, складений з 20 членів... Відспівано 5 пісень, починаючи від частини хору косарів з опери «Запорожець за Дунаєм» словами: «Рідний край ми споминаєм»... далше «Гей орав мужик край дороги», «Гей на горі там женці жнуть» і «Верховино»... Хоч пісні були старанно виконані, то не слідно було в них тієї повної краси яку замічується у звичайних виконаннях Кошиця. Вина мабуть в передаванні пісні через радіо, яке не відповідає вірно звуку голосу... Дальші програми хору Кошиця будуть іти з цієї самої радіо-станції кожної суботи в годині 8:15, але тільки через чверть години...*<sup>131</sup>

Загалом, в газеті Америка опублікована величезна кількість оголошень про концерти О. Кошиця, як на радіо, так і на різних сценах театрів США.

---

<sup>129</sup> Професор Олександр Кошиць виступить з хором в радіо годині Коломбія Бродкестинг Систем, з Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 8 липня, 1933. VOL. XXII. № 79. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>130</sup> Напишіть чи хочете української радіо-програми. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді.

<sup>131</sup> Українські радіо-програми в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді.

Концерти пропонують величезний репертуар української музики, в газетах найчастіше згадується про народні пісні та класичну музику відомих українських композиторів. Я б навіть сказала, що, якщо виокремити в цьому виданні суто культурний аспект, то концерти з керівництвом Кошиця переважатимуть.

В другому розділі своєї роботи я розповідала про кілька комедійних радіо-шоу, які найбільше любили американці. Власне, окрім музичних концертів, українське радіо пропонувало програми з елементами гумору. Звичайно ж, це зовсім відрізнялось від стилістики американських комедійних радіопрограм, проте тут важливо підкреслити те, що українці транслювали не тільки фольклорну музику, але щось театральне. В одній із газетних статей я натрапила на інформацію про «Скеч<sup>132</sup> з народного життя на станції WOV», опубліковану 27 липня 1933 року (дод. 1.11). Судячи з тексту в газеті йдеться не тільки про жарти, але й про елементи радіодрами, на основі твору «Маруся» Квітки Основ'яненка.

*Конечність викликала в гром. Мирона Сурмача письменницько-драматичний талан. Щоби заінтересувати слухачів своєю радіо-програмою що іде кожної неділі в годині 8:30 рано із станції WOV в Нью Йорку, почав він укладати самий короткі образки з народного життя.*

*З часом попав на думку начеркнути якусь акцію біля цього і в той спосіб повстає довшя драма «Василь і Маруся». Вона має зав'язку у найновішій українській історії, але з нею тісно сплітаються народні обряди.*

*Так вийшов знаменито останньої неділі скеч «Купальна драма», в якій виступає кілька осіб, а їм помагає хорівий ансамбль і оркестр Вдовяка. ...а про*

---

<sup>132</sup> Скетч — невелика комічна п'єса з двома, рідше трьома персонажами. Бере початок від народної інтермедії. Скетч отримав найбільше поширення на естраді.

мови й жарти при киданні вінків на воду виказали талан Сурмача в збиранні й укладанні цього багатого етнографічного матеріалу...<sup>133</sup>

Повертаючись знову до музичних трансляцій українських радіопрограм вище я згадувала, що це були не тільки народні пісні, але й класична музика, зокрема опери. Приміром, на часто мною згаданій, станції WOV з Нью-Йорку 31 жовтня 1932 року транслювалась опера «Катерина» українського композитора Миколи Аркаса на основі поем Т. Шевченка (дод. 1.12)<sup>134</sup>. А 11 листопада 1932 року знаходимо оповістку про підготовку української опери «Мазепа» в Нью Йорку (дод. 1.13).

*Оперу Петра Чайковського «Мазепа» написану по російськи, а перекладена, а вчаси й перероблена по українськи, приготовляє до вистави в Нью Йорку – можливо, що в Метрополитен Опері – наш земляк Дмитро Чутро... Тепер звернув гром. Чутро свою увагу на оперу «Мазепа» і робить приготування, щоби її виставити вже в Нью Йорку, розуміється що фаховими першорядними силами. Часу ще не має означеного, бо не готовий з музикою і другими кінцевими складовими частинами<sup>135</sup>. Такого розряду концертів українське радіо транслювало багато разів, ще один із прикладів можна переглянути в додатку (1.15).*

Також, в одній із газет є оголошення про радіолекцію на тему Волині (дод. 1.14)<sup>136</sup>. В тогочасні мові це називалось «реферат». В цій радіопрограмі, часто згаданий Мирон Сурмач розповідає про Волинь, а саме про населення, історію та значення цього регіону для національного життя України. Виклад тривав всього лиш 5 хвилин, проте кажуть, що був найцікавішим викладом, порівнюючи із попередніми. Сурмач розповідав саме про Волинь, оскільки там

---

<sup>133</sup> Скеч з народного життя на станції WOV. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 липня, 1933. VOL. XXII. № 87. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>134</sup> Катерина Аркаса на радіо. Газета «Америка». Філадельфія, четвер 3 листопада, 1932. VOL. XXI. № 127. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>135</sup> Приготовляється українська опера «Мазепа» в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 15 листопада, 1932. VOL. XXI. № 132. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

<sup>136</sup> Реферат про Волинь в українській радіо-програмі. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 жовтня, 1932. VOL. XXI. № 124. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).



народився відомий український діяч В. Липинський, і саме на його честь була ця лекція. Програма закінчилась музичним супроводом оркестри Зазулевича. Після цієї трансляції М. Сурма отримав багато схвальних відгуків, особливо від українців, які походять із Волині.

В своїй роботі я також часто наголошую, на тому, що радіо найбільше допомагало пережити не легкі часи, транслюючи цікаві радіовистави, музику, новини та ін. Однак, варто наголосити на тому, що для емігрантів у США радіо було чи не найкращим засобом для інтеграції в американське суспільство, зокрема через слухання англійської мови. Газетна стаття 1935 року із заголовком «Просвітне значіння радіопрограм» (дод. 1.16) власне висвітлює як радіо впливає на новоприбулих осіб до США з інших континентів.

*Музика, особливо класична, найновіші та загальні вісти, котрі дають зрозуміння про американське життя та можливість слухати поправно вживаної англійської мови з добрим виговором, це головна освітня вартість радіа для людей чужинецького роду, на думку сто п'ятдесят мужчин та жінок в більшості чужинецького роду котрі щойно написали свої думки про те «Наскільки радіо причинилось до їх освідомлення»... Мері Геслер, котра приїхала до Злучених Держав з Німеччини..., пише: Я мала велику нагоду за короткий час мого перебування у Злучених Державах не тільки прислухуватись, але пильно вважати та навчатись оцінювати повні та хосенні програми які передаються в радіо. У моім раннім житті школа поклала основи для мого освідомлення, а програми в радіо, як вічно текуча фонтана, постачають мені що раз більше матеріалу для будови та поправи давно початого діла»...<sup>137</sup>*

Газетні статті про українські радіопрोगрами у виданні «Америка» зустрічаються досить часто, а отже їх є величезна кількість. Я вибрала лише декілька, намагаючись показати широкий спектр українського радіо в США, себто я не зациклювалася тільки на культурі (зокрема на народних піснях,

---

<sup>137</sup> Просвітне значіння радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 17 серпня, 1935, Ч. 97. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

баладах і т. д.) але також хотіла висвітлити приклади радіолекцій, історій, жартів. Стосовно міст США, де найбільше транслювались українські радіопрограми, то за газетними статтями видання «Америка» переважає Нью-Йорк, із станціями WOY та WABC. Також часто зустрічаються такі штати як: Філадельфія, Детройт, Чикаго та Клівленд. Якщо говорити про самі радіостанції з яких транслювались українські радіопрограми то їх я нарахувала близько 15 штук.

Порівнюючи вплив радіо на американців та на українців, для останніх воно було не лише засобом для покращення настрою та легшої адаптації до складної реальності зумовленою економічним крахом, а ще й розумінням та зростанням своєї української ідентичності. Можливо моє порівняння дещо не коректне, оскільки американські радіопрограми теж могли бути для американців засобом ще більшого усвідомлення своєї ідентичності, адже таку роль переважно виконує культура та мистецтво в будь-якій нації. Проте, я лише хочу підкреслити, що 1930-ті роки для українців, порівнюючи з американцями були особливо болючими, оскільки Україна була захоплена Радянським Союзом, де прояви української ідентичності були повністю заборонені.

Підсумовуючи, варто зазначити, що українські радіопрограми набували швидкої популярності в США. Станції WOY, WABC в Нью-Йорку були найголовнішими радіостанціями через які транслювався український контент. Також варто підкреслити, що українські радіопрограми пропонували широкий репертуар різної музики, п'єс, лекцій та новин. Такі радіопрограми відігравали дуже важливу роль в українських громадах Америки, адже це було частиною збереження їхньої ідентичності та почуття домашнього рідного затишку.

## ВИСНОВКИ

У цій роботі я досліджувала розвиток радіомовлення у США у період Великої Депресії. Завданнями було проаналізувати роль і значення радіо у житті американців в умовах економічної кризи, зважаючи на суспільно-політичні, економічні, культурні і морально-психологічні чинники.

Незважаючи на економічну кризу в промисловості і сільському господарстві, у США спостерігався бурхливий розвиток культури та мистецтва, засобів масової комунікації. Найяскравішим прикладом останнього є розвиток радіомовлення. Використовуючи радіо як канал комунікації з американцями, тогочасний президент Ф. Рузвельт своїми «Бесідами біля каміна» зміг побудувати величезну довіру населення до своєї політики. Американці дослухались його пояснень, порад та прохань, висловлених в ефірі, продемонстрували високу суспільну підтримку реформ «Нового курсу», завдяки чому економічна ситуація в США з кожним роком ставала кращою. З одного боку, це було заслугою особисто Ф. Рузвельта, який маючи особливо добру дикцію, вдалі інтонації та здатність простото, зрозуміло і без зайвого офіціозу пояснювати складні речі, вважається одним із найкращих комунікаторів в історії радіо. З іншого – продемонструвало, що станом на 20-30-і рр. радіо перетворилося на основний засіб масової комунікації у США.

Розуміння того, що відбувається в економіці країни, і які є шляхи подолання кризи, покращило психологічний та моральний стан американців, дало їм націю на швидке покращення ситуації.

В умовах становлення у США суспільства споживання радіореклама стала невід'ємною частиною радіоефіру і життя американців, прослуховування радіо якими займало кілька годин щодня. У 1920-1930-х рр., радіореклама стала дуже ефективним методом привертання уваги клієнтів до певних товарів. Новизна радіо як засобу комунікації та джерела інформації посилювало ефективність на ньому реклами, яка апріорі діставала великі шанси на успіх (подібні речі в часи Депресії відбувались із новими жанрами музики (джазом),

з новим видом мистецтва – кінематографом, розвиток яких досліджено мною у минулих наукових роботах). Інша причина ефективності полягала у формі, в якій компанія презентувала свій товар у радіорекламі (чим більше там акторської гри та музики, тим більше шансів на успіх). Радіореклама впливала на поведінку та смаки споживачів. Вона була тісно переплетена із культурою та мистецтвом, бо рекламні ролики були написані, переважно, з використанням надзвичайно популярних у цей час джазових мелодій.

Те, яка продукція рекламувалася на радіо, може слугувати джерелом для аналізу рівня життя в країні та загальної економічної ситуації. Порівнюючи першу і другу половину 1930-х рр., коли економіка та рівень життя в США почали зростати, можна побачити пропозицію не лише товарів першої необхідності, а й великої та дрібної побутової техніки.

Щоденне прослуховування радіо дозволяло американцям насолодитись розважальним контентом, який допомагав їм абстрагуватись від повсякденної рутини і важкої економічної ситуації. Перебуваючи вдома, іноді вимушено – через безробіття, американці безперестанку слухати комедійні радіо-шоу, улюблені музичні твори та захоплюючі радіоп'єси. Якщо говорити про комедійні радіо-шоу, то найвідомішими виявились ті, де ведучими були чоловік та дружина, мабуть їх найбільше любила аудиторія через простоту та безпосередність. Такими шоу були наприклад “Amos and Andy” – радіоситком про темношкірих персонажів; радіо-телевізійний серіал “The Jack Benny Program”, де головний радіоактор грає карикатуру на самого себе. Найбільшою розвагою для американців таки були радіовистави, цьому сприяло кілька причин: 1. це була єдина можливість приємно провести час тим, хто не мав достатньо коштів на похід в театр чи кіно; 2. через гарну акторську гру радіоакторів, які використовували тільки звук та візуальні образи, такі радіоп'єси добре розвивали увагу, уяву і викликали неймовірне захоплення слухацької аудиторії. Найбільшою популярністю користувались такі радіовистави як: “The Shadow” – де один доповідач розказує детективні історії

в ролі Тіні; “The War of the Worlds” – радіосеріал за книгою Герберта Веллса «Війна світів», зроблений у форматі імітованого прямого випуску новин.

Розвинувшись за часів Великої Депресії, радіоп’єси стали новим елементом американського культурного простору.

Упродовж 1930-1930-х років українці не мали своїх власних українських радіостанцій в Америці, проте за допомогою різних національних організацій вони почали створювати та організовувати свої радіопрограми, які транслювались через американські радіостанції. Найбільше до цього приклався власник книжкового магазину в Нью-Йорку – Мирон Сурмач, який був головним організатором та менеджером українських радіопрограм. Ці програми відрізнялися різноманітним репертуарним наповненням. Найбільше транслювалась українські народні пісні, балади, класична музика та опери відомих українських композиторів. У цьому контексті найчастіше згадується про діяльність Олександра Кошиця, який прославився своїми відомими обробками українських народних пісень, зокрема щедрівки «Щедрик» Леонтовича. Рідше транслювалися українські радіодрами чи гумористичні шоу, але вони теж були. Також це були радіолекції на різну українську тематику. Варто підкреслити, що україномовні радіоетери були не лише розвагою та своєрідною розрадою для української громади у США в складні часи економічної кризи, але й засобом збереження і консолідації української ідентичності.

Підсумовуючи результати моєї роботи, можу стверджувати, що радіо стало важливим атрибутом щоденного життя американців: каналом зв’язку людей із державою і держави з людьми; джерелом формування громадської думки, суспільних смаків, вподобань, моди тощо, тобто мало великий вплив на шляхи розвитку масової культури того часу; засобом реалізації стратегій суспільства масового споживання (реклама); радіо стало джерелом відомостей про те, що відбувається у країні, у світі, і відповідно дало людям нове

самоусвідомлення себе у цьому світі, суспільстві; радіо стало джерелом розваг і засобом втечі від реалій Депресії, соціальної і психологічної адаптації.

Робота над цим науковим дослідженням підтвердила деякі мої припущення та гіпотези. Воно, як і мої попередні курсові, доводять, що часто перебування країни у будь-якій кризовій ситуації, чи то економічної депресії, чи у стані війни, супроводжується стрімким розвитком культури, мистецтва, науки і техніки. Мистецтво лікує людину і допомагає їй абстрагуватись від проблем та легше сприймати нелегкі реалії повсякденного життя. Приміром, в умовах російсько-української війни можна спостерігати зростання українського стендапу, який, ймовірно, може відіграти ту ж роль, яку в часи Великої Депресії комедійні радіо-шоу у США. Проаналізовані культурні явища та розваги 1920-1930-х років відкривають простір для подальших досліджень, зокрема детального вивчення тогочасної літератури, стендапу, музики, будь-яких інших видів мистецтва.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

### Джерела:

1. До чого догоспораились большевики з радіом. Газета «Свобода». 1933. Ч. 244. С. 1. Доступ до ресурсу:  
<https://www.svobodanews.com/архив/pdf/1933/Svoboda-1933-244.pdf>
2. Зеленосвятна радіо-програма в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 23 червня, 1932. VOL. XXI. № 72. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
3. Катерина Аркаса на радіо. Газета «Америка». Філадельфія, четвер 3 листопада, 1932. VOL. XXI. № 127. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
4. Напишіть чи хочете української радіо-програми. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді. (США, штат Огайо).
5. Професор Олександр Кошиць виступить з хором в радіо годині Колумбія Бродкестинг Систем, з Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 8 липня, 1933. VOL. XXII. № 79. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
6. Просвітне значіння радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 17 серпня, 1935, Ч. 97. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
7. Приготовляється українська опера «Мазепа» в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 15 листопада, 1932. VOL. XXI. № 132. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
8. Реферат про Волинь в українській радіо-програмі. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 жовтня, 1932. VOL. XXI. № 124. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
9. Радіо-концерт Углицького з Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 12 жовтня, 1935. VOL. XXIV. № 120. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
10. Скеч з народного життя на станції WOY. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 липня, 1933. VOL. XXII. № 87. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
11. Українська програма на радіо в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 15 березня, 1932. VOL. XXI. №30. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
12. Українська програма на радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 19 березня, 1932. VOL. XXI. № 32. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).

13. Українська етнографічна радіoproграма. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 19 квітня, 1932, VOL. XXI, №45. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
14. Українські радіо-програми в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді.
15. Шевченківський радіо-концерт в Дітройт. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 24 березня, 1932, VOL. XXI. № 34. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо).
16. Announcing the National Broadcasting Company, Inc. Advertisement. The Evening Star. Washington, D.C. September 13, 1926. p. 21. Access to source: <https://www.newspapers.com/clip/119272114/announcing-the-national-broadcasting/>
17. Amos and Andy - 336 Episodes of the Classic Old-Time Radio show. Access to source: <https://archive.org/details/a-a-1948-11-14-183-tourist-sightseeing-agency-aka-ny-sightseeing-agency-aka-andy/A%26A+1929-01-14+%23253+The+Efficiency+Expert.mp3>
18. Burns and Allen - 272 Episodes of the George Burns and Gracie Allen Old Time Radio Show from 1930-1950. Access to source: [https://archive.org/details/the-burns-and-allen-show-1934-09-26-2-leaving-for-america/The+Burns+and+Allen+Show+1934-09-26+\(2\)+Leaving+for+America.mp3](https://archive.org/details/the-burns-and-allen-show-1934-09-26-2-leaving-for-america/The+Burns+and+Allen+Show+1934-09-26+(2)+Leaving+for+America.mp3)
19. Dial “M” for Murder/film/ dir. Alfred Hitchcock // Warner Brothers. – USA, 1954. <https://www.imdb.com/title/tt0046912/>
20. Franklin D. Roosevelt, March 12, 1933. Fireside Chat 1: On the Banking Crisis. Source National Archives. Access to the source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/march-12-1933-fireside-chat-1-banking-crisis>
21. Franklin D. Roosevelt. October 22, 1933: Fireside Chat 4: On Economic Progress. Access to source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/october-22-1933-fireside-chat-4-economic-progress>
22. Franklin D. Roosevelt. September 6, 1936: Fireside Chat 8: On Farmers and Laborers. Access to source: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/september-6-1936-fireside-chat-8-farmers-and-laborers>
23. Jack Benny - Single Episodes - 1932-1934. Access to source: [https://archive.org/details/OTRR\\_Jack\\_Benny\\_Singles\\_1932-1934/JB+1932-05-02+First+show.mp3](https://archive.org/details/OTRR_Jack_Benny_Singles_1932-1934/JB+1932-05-02+First+show.mp3)
24. KFWB Spreads Net That Captures Fox, Radio Digest, February 1928. Access to source: <https://jeff560.tripod.com/kfwb29.pdf>



25. Montgomery Ward & Co. Radio. 1924. Chicago IL. Access to source: <https://archive.org/details/RadioMontgomeryWard/mode/2up>
26. New Deal. Agencies and Black America. Franklin Roosevelt [https://web.archive.org/web/20140606221836/http://roosevelt.nl/topics/new\\_deal\\_agencies\\_and\\_black\\_america.pdf](https://web.archive.org/web/20140606221836/http://roosevelt.nl/topics/new_deal_agencies_and_black_america.pdf)
27. Orson Welles' "The War of the Worlds" radio drama - CBS October 30, 1938. Access to source: <https://www.youtube.com/watch?v=oWD9Q6klzco>
28. Pepsi-Cola 1930s Advertisement ("Pepsi-Cola Hit the Spot") Access to source: [https://archive.org/details/pepsi\\_ad\\_1930s\\_hit\\_the\\_spot\\_20220503](https://archive.org/details/pepsi_ad_1930s_hit_the_spot_20220503)
29. Radio Commercial: Wheaties. Advertisement. 1930s. Access to source: <https://www.youtube.com/watch?v=naD7xC4OtOs>
30. The Opening of Radio Central, The Wireless Age, December 1921, p. 18–22, 45. Access to source: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=njp.32101051572632&view=1up&seq=72>
31. To Inaugurate Radio Service. The Pittsburgh Press. Pittsburgh, Pennsylvania. September 13, 1926. p. 4. Access to source: <https://www.newspapers.com/clip/119255125/to-inaugurate-radio-service/>
32. The Shadow - 239 Episodes of the Old Time Radio Drama. Access to source: [https://archive.org/details/the-shadow-1938-10-09-141-death-stalks-the-shadow/The+Shadow+1937-09-26+\(87\)+The+Death+House+Rescue.mp3](https://archive.org/details/the-shadow-1938-10-09-141-death-stalks-the-shadow/The+Shadow+1937-09-26+(87)+The+Death+House+Rescue.mp3)
33. Tom and Jerry/cartoon/ dir. William Hanna, Joseph Barbera // Metro-Goldwyn-Mayer. – USA, 1940. [https://www.imdb.com/title/tt0034753/?ref\\_=ttls\\_li\\_i](https://www.imdb.com/title/tt0034753/?ref_=ttls_li_i)
34. Voice-Broadcasting the Stirring Progress of the 'Battle of the Century', The Wireless Age, August 1921, p. 11–21. Access to source: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=njp.32101051572624&view=1up&seq=545>
35. 50 Old Time Radio Commercials. [Electronical resource]. You Tube – Access to source: <https://www.youtube.com/watch?v=typsfISQIQ&t=299s> – Name from the screen. Publication date: 04.08.2018. Accessed: 29.04.2023.

## Література:

1. Гиріна Т. С. Зародження радіореклами як передумова інституціоналізації та конвергенції радіомовлення. // «Молодий вчений», 2018, № 1. Доступ до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/1/150.pdf> с. 642-645.
2. Інавгурація Франкліна Рузвельта. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.jnsm.com.ua/h/0304M/> Дата останнього перегляду: 14.03.2023
3. Історія джазу серія 5. [Електронний ресурс]: документальний фільм / вир. Флорентайн Філімз // YouTube. – Режим доступу:

- <https://www.youtube.com/watch?v=TBMDH8z6gO0> – Назва з екрану. – Дата публікації: 24. 11. 2012 – Дата перегляду: 10. 05. 2023
4. Історія радіо. [Електронний ресурс]. / лекція // Архивариус.// You Tube. – Режим доступу:  
[https://www.youtube.com/watch?v=3\\_YzTrpgAWQ&t=1026s](https://www.youtube.com/watch?v=3_YzTrpgAWQ&t=1026s) – Назва з екрану. – Дата публікації: 21.12.2020 – Дата перегляду: 03.03.2023.
5. Л. В. Ажимова. Жан Бодрияр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления. Гуманитарные исследования в восточной Сибири и на дальнем востоке. №3. 2012. с. 101–109. Доступ к ресурсу:  
[https://documentcloud.adobe.com/gsuiteintegration/index.html?state=%7B%22ids%22%3A%5B%221gcsgvfhrAn\\_J60fvSx7\\_tiRN\\_Ba9tmK%22%5D%2C%22action%22%3A%22open%22%2C%22userId%22%3A%22108020229013606424510%22%2C%22resourceKeys%22%3A%7B%7D%7D](https://documentcloud.adobe.com/gsuiteintegration/index.html?state=%7B%22ids%22%3A%5B%221gcsgvfhrAn_J60fvSx7_tiRN_Ba9tmK%22%5D%2C%22action%22%3A%22open%22%2C%22userId%22%3A%22108020229013606424510%22%2C%22resourceKeys%22%3A%7B%7D%7D)
6. Микола Тимошик. У Нью-Йорку «Сурма» грає... Газета День. Випуск №159, (2014). Доступ до ресурсу: <https://day.kyiv.ua/article/podorozhi/u-nyu-yorku-surma-hraye>
7. Мар'яна Шевелева. Олександр Кошиць: Із піснею через світ! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uain.press/blogs/1079386-1079386> Дата останнього перегляду: 20.05.2023
8. Найстаріша українська крамниця національної символіки та книжок «Сурма» у Нью-Йорку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://okiua.blogspot.com/2022/08/blog-post\\_50.html](https://okiua.blogspot.com/2022/08/blog-post_50.html) Дата останнього перегляду: 19.05.2023
9. Рузвельт Спаситель Америки или диктатор?. [Електронний ресурс]. \лекція\уроки истории з Тамарой Ейдельман. \ You Tube - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=cTexDa1Uphc&t=5274s> – Назва з екрану. – Дата публікації – 03.12.2022 – Дата перегляду: 18.03.2023.
10. Савчук Г. М. Видавнича діяльність української діаспори у США та Канаді до Першої світової війни. Українська академія друкарства. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-51/40.pdf>
11. Український музей-архів у Клівленді. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%D0%B0%D1%80%D1%85%D1%96%D0%B2\\_%D1%83\\_%D0%9A%D0%BB%D1%96%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%D0%B0%D1%80%D1%85%D1%96%D0%B2_%D1%83_%D0%9A%D0%BB%D1%96%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96) Дата останнього перегляду: 14.05.2023

12. Brad Schwartz. A. The Infamous “War of the Worlds” Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/?no-ist> Accessed: 13.05.2023
13. Brill, A. A., ed. 1930. Amos 'n' Andy Explained. Popular Science. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=gSkDAAAAMBAJ&q=all+about+amos+%27n%27+andy&pg=PA22&redir\\_esc=y#v=snippet&q=all%20about%20amos%20'n'%20andy&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=gSkDAAAAMBAJ&q=all+about+amos+%27n%27+andy&pg=PA22&redir_esc=y#v=snippet&q=all%20about%20amos%20'n'%20andy&f=false)
14. Arnesen, Eric. Encyclopedia of U.S. Labor and Working-Class History. Vol. 1. New York: Routledge. 2007. 230 p. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=zEWsZ81Bd3YC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=zEWsZ81Bd3YC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
15. Broadcasting. [Electronic resource]. – Access to source: <https://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/169.html> Accessed: 04.04.2023
16. Britannica, The Information Architects of Encyclopaedia “radio”. [Electronic resource]. Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/facts/radio> Accessed: 12. 05 2023.
17. Black Cabinet. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Black\\_Cabinet#Further\\_reading](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Cabinet#Further_reading) Accessed: 28.03.2023
18. Berkin Carol. Making America, Volume 2: A History of the United States: Since 1865. Cengage Learning. 2011. 560 p. Access to source: [https://books.google.com.ua/books/about/Making\\_America\\_A\\_History\\_of\\_the\\_United\\_S.html?id=p4B4QkdkTJsC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ua/books/about/Making_America_A_History_of_the_United_S.html?id=p4B4QkdkTJsC&redir_esc=y)
19. Blackwell, H. M. Hawthorne Court Apartments, 1922. [Electronic resource]. – Access to source: <http://www.oldtime.com/commercials/Sounds/Hawthorne%20Court.wma> Accessed: 05.04.2023
20. Carly Hallman. The History of the Car Radio. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.titlemax.com/articles/the-history-of-the-car-radio/> Accessed: 09.05.2023
21. Douglas, George H., The early days of radio broadcasting. Jefferson, N.C. : McFarland, 1987. 262 p. Access to source: <https://archive.org/details/earlydaysofradio0000doug/page/n5/mode/2up>
22. Douglas B. Craig. Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States, 1920-1940. Johns Hopkins University Press. 2005. 298 p. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=haWh203m7aIC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=haWh203m7aIC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

23. Dust Bowl. [Electronic resource]. – Access to source:  
<https://www.history.com/topics/great-depression/dust-bowl> Accessed:  
03.04.2023
24. David Nelson. [Electronic resource]. – Access to source:  
<http://inmozartsfootsteps.com/962/how-a-three-hour-time-change-helped-benny-goodmans-career/> Accessed: 10.05.2023
25. De Forest, Lee. Father of radio: the autobiography of Lee de Forest'. Wilcox & Follett, 1950. 502 p.
26. DeForest, Tim. "The Shadow". Encyclopedia Britannica, 12 Jun. 2019, [Electronic resource]. – Access to source:  
<https://www.britannica.com/topic/The-Shadow-American-radio-program>  
Accessed 13.05.2023.
27. Dunning, John. News Broadcasts. On the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio. New York: Oxford University Press. 1998. 840 p.
28. Fuller-Seeley, Kathryn H. Jack Benny and the golden age of American radio comedy. Oakland, California. 2017. 367 p. Access to source:  
[https://books.google.com.ua/books?id=2Go3DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs\\_ViewAPI&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=2Go3DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
29. Fireside chats. [Electronic resource]. – Access to source:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Fireside\\_chats](https://en.wikipedia.org/wiki/Fireside_chats) Accessed: 04.04.2023
30. Federal Project Number One. [Electronic resource]. – Access to source:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Federal\\_Project\\_Number\\_One](https://en.wikipedia.org/wiki/Federal_Project_Number_One) Accessed:  
04.05.2023
31. Gitte Johansen. The Theater of the Mind. A study of radio as an advertising media – and the impact of creativity. Copenhagen Business School. 123 p. Access to source:  
[https://researchapi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58433424/gitte\\_johansen.pdf](https://researchapi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58433424/gitte_johansen.pdf)
32. History of the Edison Disc Phonograph. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-edison-disc-phonograph/> Accessed: 05.03.2023
33. Hawley, Ellis, ed. Herbert Hoover: Containing the Public Messages, Speeches, and Statements of the President, 4 vols. United States Government Printing Office, Washington, 1976. Access to source:  
[https://books.google.com.ua/books?id=aktmU40SbcUC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=aktmU40SbcUC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
34. Hirina. T. Concerts of Ukrainian Music Groups in the National Radio Space of the Usa (Experience of 1933) //Серія: Соціальні комунікації, 2021 р., № 3 (47) p. 12-17. Access to source: <file:///C:/Users/hp/Downloads/834-2401-1-SM.pdf>

35. Jones, Eleanor & Ritzmann, Florian. "Coca-Cola at Home". [Electronical resource]. – Access to source: <http://xroads.virginia.edu/~CLASS/coke/coke1.html> Accessed: 01.05.2023
36. Kathleen M. Newman, Radio Active: Advertising and Consumer Activism, 1935-1947. University of California Press, 2004. 150 p. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=LzgaoIIkwKEC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=LzgaoIIkwKEC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
37. Larson, Cedric. "The Cultural Projects of the WPA". Public Opinion Quarterly. 1939. 3 (3): p. 491–496. Access to source: <https://www.jstor.org/stable/2744990>
38. Lawrence W. Levine and Cornelia R. Levine, The Fireside Conversations: America responds to FDR during the Great Depression. Berkeley: University of California Press, 267 p. Access to source: [https://books.google.com.ua/books?id=wTFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=wTFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
39. List of the 8 Oldest Radio Stations in History. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.oldest.org/entertainment/radio-stations/> Accessed: 04.04.2023
40. Lenthall, Bruce. Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 275 p. Access to source: [file:///C:/Users/hp/OneDrive/%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202/Radios%20America%20The%20Great%20Depression%20and%20the%20Rise%20of%20Modern%20Mass%20Culture%20by%20Bruce%20Lenthall%20\(z-lib.org\).pdf](file:///C:/Users/hp/OneDrive/%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202/Radios%20America%20The%20Great%20Depression%20and%20the%20Rise%20of%20Modern%20Mass%20Culture%20by%20Bruce%20Lenthall%20(z-lib.org).pdf)
41. Lule J. Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication. J. Lule. – Kansas City: Saylor Academy, 2012. 452 p.
42. Luba G. The Ukrainian Museum-Archives in Cleveland, Ohio: A Historical Study, 1948-194. [Electronical resource]. – Access to source: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED390409.pdf>
43. McLeod, Elizabeth. The Original Amos 'n' Andy: Freeman Gosden, Charles Correll and the 1928–1943 Radio Serial. Jefferson, North Carolina: McFarland, 2005. 223 p.
44. Marketing, Baer Performance. "Flashback Friday- "Nickel Nickel". [Electronical resource]. – Access to source: <https://baerpm.wordpress.com/2011/07/01/flashback-friday-nickel-nickel/> Accessed: 01.05.2023

45. Pepsi-Cola Advertising Through the Years. [Electronical resource]. – Access to source: <https://adage.com/article/news/pepsi-cola-advertising-years/65047>  
Accessed: 01.05.2023
46. Procter & Gamble Co. [Electronic resource]. – Access to source: <https://adage.com/article/adage-encyclopedia/procter-gamble/98808>  
Accessed: 10.05.2023
47. Parker J. The History of Jazz Music – the world overview, [Electronic resource]. – Access to source: <https://swingmusic.net/> Accessed: 10.05.2023
48. Radio comedy diary: a researcher's guide to the actual jokes and quotes of the top comedy programs of 1947-1950. [collected by] Gary Poole. 2001. 204 p.  
Access to source:  
[https://books.google.com.ua/books?id=e\\_mlk6UtWJMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=Radio+comedy+diary:+a+researcher%27s+guide+to+the+actual+jokes+and+quotes+of+the+top+comedy+programs+of+1947-1950+read&source=bl&ots=CrFBFzcSFw&sig=ACfU3U06IybGSpOQbqoAU5Ze16hGCdft0g&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiR5-rV1Yv\\_AhX3BxAIHRgOBmYQ6AF6BAgeEAM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=e_mlk6UtWJMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=Radio+comedy+diary:+a+researcher%27s+guide+to+the+actual+jokes+and+quotes+of+the+top+comedy+programs+of+1947-1950+read&source=bl&ots=CrFBFzcSFw&sig=ACfU3U06IybGSpOQbqoAU5Ze16hGCdft0g&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiR5-rV1Yv_AhX3BxAIHRgOBmYQ6AF6BAgeEAM#v=onepage&q&f=false)
49. Read, Oliver, and Walter L. Welch. From Tin Foil to Stereo: Evolution of the Phonograph. Indianapolis: Howard W. Sams & Co., Inc., 1959. 550 p.
50. Richard J. Hand, Terror on the Air!: Horror Radio in America, 1931–1952 McFarland, 2006. 192 p.
51. Rothbard Murray Newton. Wielki kryzys w Ameryce. Instytut Ludwiga von Misesa, 2010. 335 p. Access to source:  
<file:///C:/Users/hp/Downloads/M.%20N.%20Rothbard%20-%20Wielki%20Kryzys%20w%20Ameryce.pdf>
52. Rich Samuels. Broadcasting. [Electronic resource]. – Access to source: <https://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/169.html> Accessed: 11.05.2023
53. Radio and Music in the 1920s United States. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.familysearch.org/en/blog/1920s-radio-music-america>  
Accessed: 04.04.2023
54. Radio Drama. [Electronical resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Radio\\_drama](https://en.wikipedia.org/wiki/Radio_drama) Accessed: 14.05.2023
55. Silber, William L. "Why Did FDR's Bank Holiday Succeed?". Economic Policy Review. Federal Reserve Bank of New York. 15 (1). 2009. Access to source: <chromeextension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/epr/09v15n1/0907silb.pdf>
56. Sterling, Christopher H. The biographical encyclopedia of American radio. New York: Routledge. 2011. 460 p.
57. Schwartz F. Thomas. A Face for Radio. [Electronical resource]. – Access to source: <https://hoover.blogs.archives.gov/2019/07/03/a-face-for-radio/>  
Accessed: 04.05.2023

58. The Fireside Chats: Roosevelt's Radio Talks. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.whitehousehistory.org/the-fireside-chats-roosevelts-radio-talks> Accessed: 23.03.2023
59. The History Of Radio Advertising: Marketing With Volume by Stewart Hodgson [Electronic resource]. – Access to source: <https://radiofidelity.com/history-of-radio-advertising/> Accessed: 04.04. 2023
60. The Jack Benny Program. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Jack\\_Benny\\_Program](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Jack_Benny_Program) Accessed: 11.05.2023
61. Tejvan Pettinger. Unemployment during the Great Depression. [Electronic resource]. – Access to source: <https://www.economicshelp.org/blog/162985/economics/unemployment-during-the-great-depression/> Accessed: 04.04.2023
62. Tim Crook: Radio drama. Theory and practice. London; New York: Routledge, 1999, 296 p.
63. The Jack Benny Program. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Jack\\_Benny\\_Program](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Jack_Benny_Program) Accessed: 05.05.2023
64. The Lone Ranger. [Electronic resource]. – Access to source: <http://www.radiospirits.com/aboutotr/featshow.asp> Accessed: 12.05.2023
65. The Lone Ranger. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Lone\\_Ranger](https://en.wikipedia.org/wiki/Lone_Ranger) Accessed: 12.05.2023
66. Ukrainian diaspora. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Ukrainian\\_diaspora](https://en.wikipedia.org/wiki/Ukrainian_diaspora) Accessed: 14.05.2023
67. Wheaties. [Electronic resource]. – Access to source: [https://en.wikipedia.org/wiki/Wheaties#cite\\_ref-rules\\_3-0](https://en.wikipedia.org/wiki/Wheaties#cite_ref-rules_3-0) Accessed: 09.05.2023
68. Whitman, Alden. Walter Lippmann, Political Analyst, Dead at 85. [Electronical resource]. – Access to source: <https://web.archive.org/web/20210516225446/https://www.nytimes.com/1974/12/15/archives/walter-lippmann-political-analyst-dead-at-85-walter-lippmann.html> Accessed: 04.03.2023

Додаток I: газетні статті

February, 1928

RADIO DIGEST—Illustrated

11

KFWB Spreads Net That Captures Fox
Two Oregon Deputies Recognize Fugitive Killer by Description
Broadcast from Hollywood by King and Ray

By Harold P. Brown

It was Radio Station KFWB whom the mayor and the chief of detectives of Los Angeles thanked for the capture of the bloody Fox, Edward Hickman.
Written tributes to that fact will be forever treasured among the memorabilia of the Warner Brothers studio in Hollywood. The episode stands now as the most amazing story of Radio service in appeal and response on record.
Through the brilliant team work of Station Manager Gerald King and Assistant Bill Ray in less than a day a reward fund of \$50,000 was pledged by listeners, a posse of automobiles and horse riders numbering thousands was organized, and the direct information furnished that resulted in the capture of the fugitive.
Tom Gurdane and Buck Levellon told that part of the story themselves as they later came to see the men who had broadcast bulletins and made appeals throughout that terrible Saturday night and Sunday.
Air Description Traps Fox
The two Oregon countdances had little expectation that the wily Fox would cross their trail as they modeled out along the



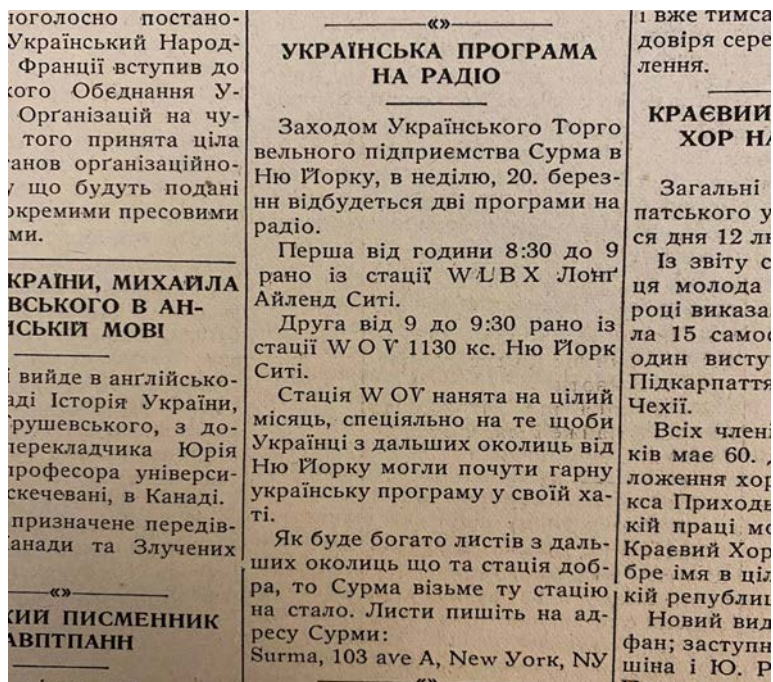
change a \$20 bill. This occurred not only throughout California, but down into Mexico and north over the Canadian border toward which the Fox was making his way. As far east as Denver merchants were watching for new \$20 bills.
All this time contributions were pouring in to raise the reward fund. The big switchboard of the Warner Brothers studio was thrown open to full capacity and manned by volunteer operators. In fifteen minutes after it had been opened it was overfilled. Then a newspaper opened its board to take the calls, then a great department store with sixty trunk lines, and the Western Electric company. As fast as new posts for handling calls were announced they were promptly swamped with more calls than they could handle.
Bill did not give up his seat at the microphone until Sunday noon. By that time the commercial superintendent of the telephone company called at the studio to inform the management that if they handled nothing but long distance calls the board would be unable to take care of them; that the big Hollywood exchange had booked the station solid for ten hours.

дод.1.1 KFWB Spreads Net That Captures Fox, Radio Digest, February 1928. Access to source: https://jeff560.tripod.com/kfwb29.pdf

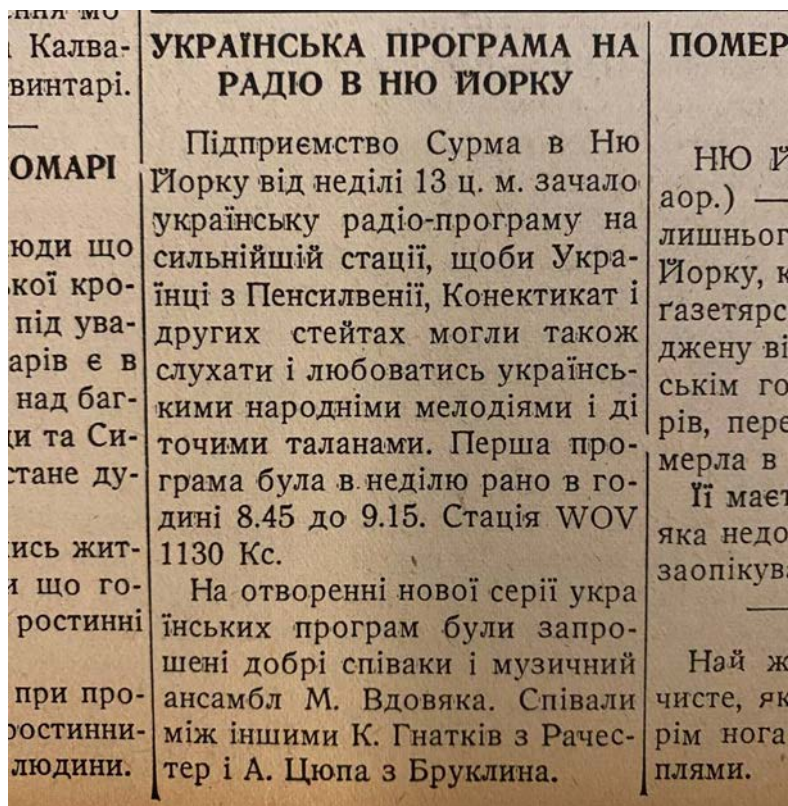
Newspaper masthead for 'СВОБОДА' (SVOBODA) Ukrainian Daily, dated October 20, 1933. The masthead includes the title in large letters, the Ukrainian flag, and the text 'UKRAINIAN DAILY'. Below the masthead are several columns of news articles, including: 'ГРОЗА ВЕЛИКОГО КОРАБЕЛЬНОГО СТРАЙКУ' (The Threat of a Great Shipworkers' Strike), 'ПРЕСДІЯНІ ЗВОНУ В АМЕРИЦІ' (The Resounding Bell in America), 'НЕВІДНАЙЧИТО В РАДІОШІННІ' (Unexpectedly in Radio), 'ПРИСУД У САМБІРСЬКИМ ПРОЦЕСІ' (The Verdict in the Sambir Case), 'УВАЖЕННЯ ДІЛІ- УКРАІНА РАЙ' (Attention to the Deal-Ukraine Deal), 'УРЯД БЕРЕТЬСЯ СЕРІОЗНО ДО ВИКОНУВАННЯ ПОСТАНОВ 'НАРПРІ'' (The Government Takes Serious Action on the Implementation of 'NAPR' Resolutions), 'ОБМЕЖУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЗАСІБ БОРЬБИ ПРОТИ КРЕЙД' (Limitation of Production as a Means of Fighting Against the Credit), and 'ОДИН МІЛІОН НА ОРЕДЕРІ' (One Million on the Order).

дод. 1.2 До чога господарились большевики з радіом. Свобода. 1933. Ч. 244. С.1. Доступ до ресурсу: https://www.svoboda-news.com/arxiv/pdf/1933/Svoboda-1933-244.pdf





дод. 1.3 Українська програма на радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 19 березня, 1932. VOL. XXI. № 32. Український музей-архів у Кдівленді (США, штат Огайо). Фото автора.



дод. 1.4 Українська програма на радіо в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, Вівторок, 15 березня, 1932. VOL. XXI. №30. Український музей-архів у Кдівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

## ІНШІМ ОБРЯДІ У МІСТІ А ВЕЛИКДЕНЬ

єпископ Болтиморської дієцезії, Преосвящений Едвард Бокей, дав уже дозвіл на таке богослуження і лише треба полагати урядові формальности.

Церква св. Матей у Вашингтоні відома з того що в ній відбуваються католицькі богослуження для дипломатів католиків, які під пору перебувають у Вашингтоні. Вона положена на північ від Білого Дому, недалеко Вашингтон Одиторіум, де буде виступ хору Кошиця й балету Авраменка.

## Є ДЕМОНСТРАЦІЮ ЗА ШИНГТОНІ

Таку реформу можна перевести в Конгресі через скасування закону Волстеда як виконуючого для 18-ого додатку до конституції, або бодай через викинення з того закону постанови про те, що напитки вже з пів - процентним алкоголем є впливаючі. Колиб ту постанову викинули або змінили з пів проценту на 3 або 4%, так можна вже в Америці виробляти і продавати так зване "добре пиво".

Як відомо, Конгрес ще не зав-

## УКРАЇНЬКА ЕТНОГРАФІЧНА РАДІО - ПРОГРАМА

НЮ ЙОРК, Н. Й., 17. квітня (Вл. кор.) — Сьогодні із стачії WOY, в годині 9 рано аматори радіо - програм мали милу несподіванку. Завдяки базарови "Сурма" з Нью Йорку слухачі думкою перенесли на пів години в карпатські гори, на Гуцульщину.

"Гуцульська програма" мала одно до бажання, а то щоби були ліпші співацькі сили. Зрештою мали ми дійсно добру гуцульщину. Дуже влучний реферат по українськи (референт гр. Мирон Сурмач), реферат по англійськи менаджера стачії, про народню гуцульську музику, трембіту, дримбу, цимбали, співанки, головно коломийки і правдиву народню сопілку.

Треба висловити дійсне признання за добір програми. Була це загалом одна з найліпших українських радіо - програм, які доводилось дотепер чути. Її вартість полягала в тім що показувала життя простого люду, таким яким воно в дійсности буває.

Підприємство Сурма винаймило стачію на цілий рік. Тому можна надіятися що такі етнографічні програми будуть іти кожної неділі в годині 9 рано і обіймуть образки з життя на всіх землях України.

## УКРАЇНЦІ ТАНЦЮЮТЬ УЧАСТЬ В А СЬКИХ НАРОД ТАНКАХ

НЮ ЙОРК, Н. Й., (Вл. кор.) — На суботня підготовляє в Нью-Глівське Товариство го Танку величаву вистарні сегомо полку евені і 66-ій улиці.

На цей танковий прошені групи аж з тону, а всіх танцюбути біля пів тисячі.

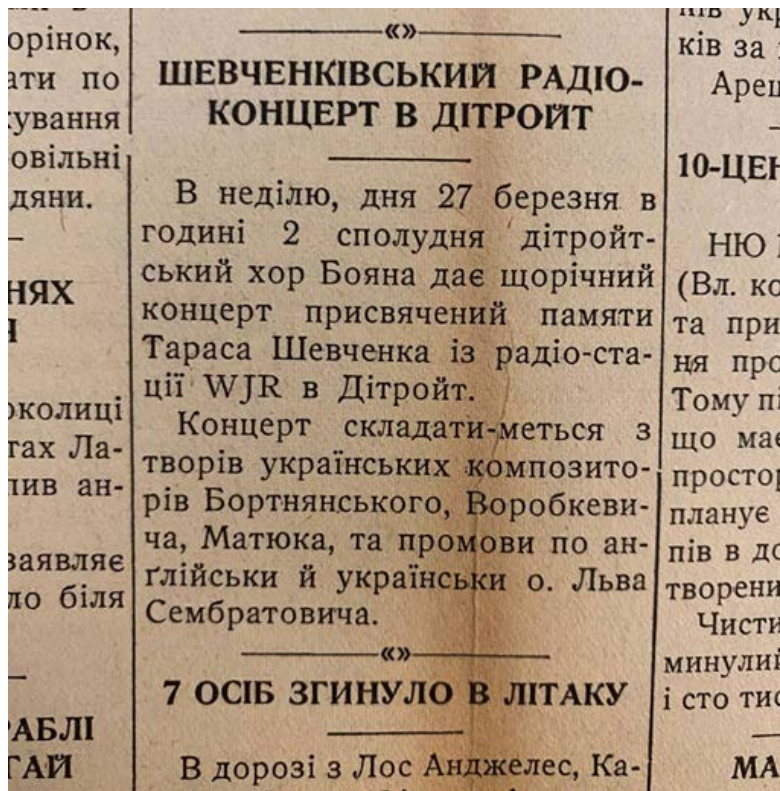
На спеціальну ує пишуть сьогодні газети — заслуге гінців, котрі крім сво танків, навчилися та англійських танків і ми пописуватись не канськими та ан знавцями народньо тва.

## ЯК ЛЮБЛЯТЬ БО ТВО НА РАДІО УКРАЇНІ

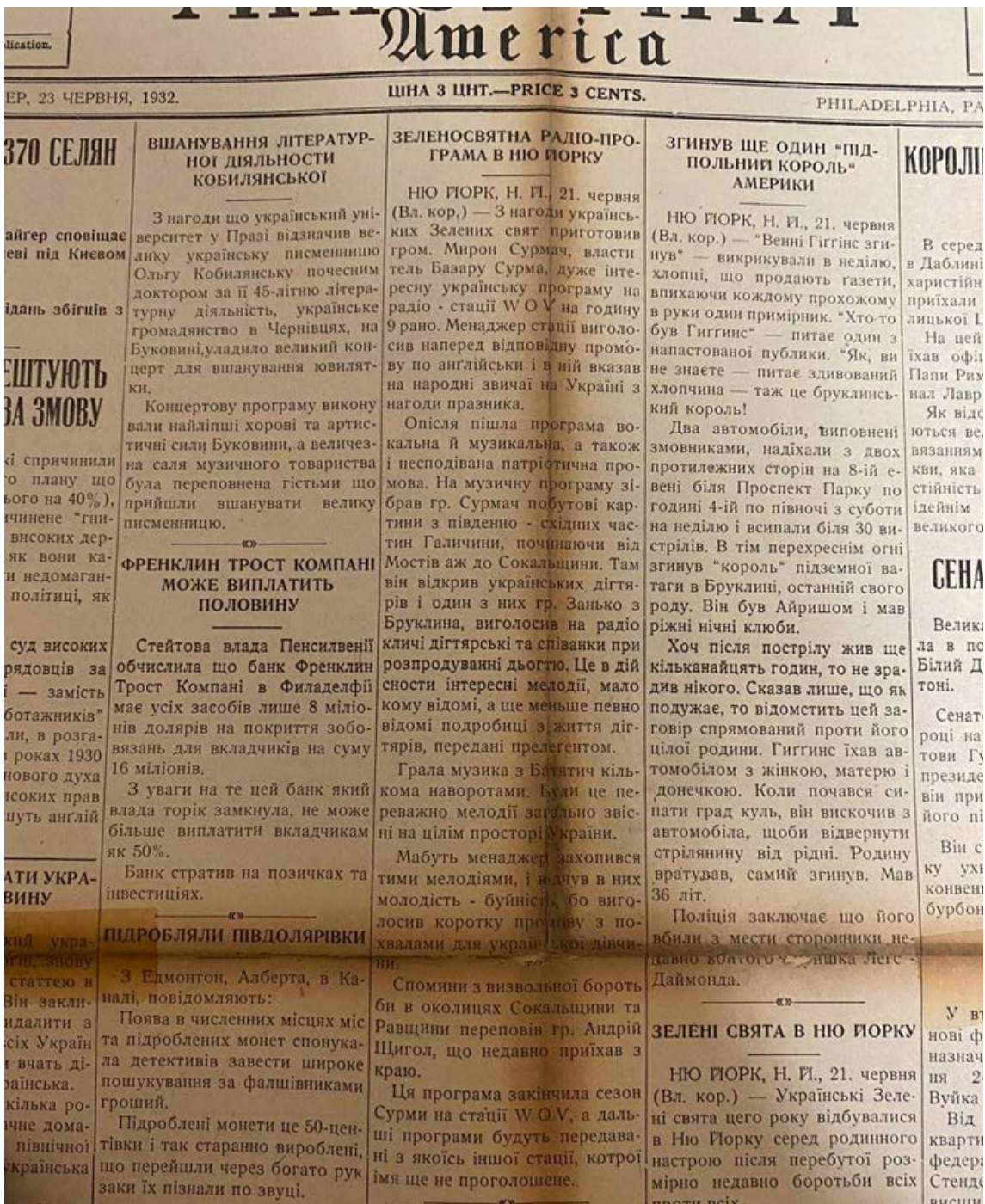
Київський болі дневник Пролетаре у виданні з 12 березляе:

Села Засимівка, Кукогута, Нітине, Омелушин та Ночі рали досі ані одно сіння для насінног

дод. 1.5 Українська етнографічна радіопроеграма. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 19 квітня, 1932, VOL. XXI. №45. Український музей-архів у Кдівленді (США, штат Огайо). Фото автора.



дод. 1.6 Шевченківський радіо-концерт в Дітройт. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 24 березня, 1932, VOL. XXI. № 34. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.



дод. 1.7 Зеленосвятна радіо-програма в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 23 червня, 1932. VOL. XXI. № 72. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

# КА

БЕЛ ТЕЛ., МАРКЕТ 24-19 РІК ЗАЛОЖЕННЯ 1912

“ А М Е Р И К А ”  
УКРАЇНСЬКИЙ ЧАСОПИС  
УРЯДОВИЙ ОРГАН ПРОВІДІННЯ  
ВИХОДИТЬ ЩО ВІВТІРКА, ЧЕТВЕРГА І СУБОТИ  
Видає  
ПРОВІДІННС СТОВАРИШЕННЯ УКРАЇНЦІВ КАТОЛІКІВ  
В АМЕРИЦІ  
817 NORTH FRANKLIN STREET  
PHILADELPHIA, PENNA.

Найліпший середник оголошень.—Ціни висилаєся на жадання.

PHILADELPHIA, PA., SATURDAY, JULY 8, 1933. VOL. XXII. № 79.

## ТО БУДЕ ГУБЕРНАТОРОМ ПІДКАРПАТТЯ?

зети в Празі подали вістку  
губернатором Підкарпатсь-  
України (Руси) має стати  
дник Ужгороду, Констан-  
рабар.

ько-словацька влада в  
як пишуть ті газети, має  
ом предложити його кан-  
ру до затвердження пре-  
ови Масарикови.

вно померший губерна-  
дкарпаття, др. Антін Бе-  
був москвофілом. Кон-  
Грбар народовець. За  
війни він був дирек-  
Підкарпатського Банку  
оді який зорганізували  
ці, а опісля вже другий  
адником столиці Під-

## «» ИК ДУХНОВИЧЕВИ У ПРЯШЕВІ

ю, 11 червня, відбу-  
жественне відкриття  
першому поетови і  
ови Підкарпаття, О-  
и Духновичеви, в  
еві (в західній час-  
паття яку влучили  
ини).

ображує Духновича  
и що держить в ру-

## ПРОФЕСОР ОЛЕКСАНДЕР КОШИЦЬ ВИСТУПИТЬ З ХОРОМ В РАДІО ГОДИНІ КОЛОМБІЯ БРОД- КЕСТІНГ СИСТЕМ, З НЬО ЙОРКУ

Чотири суботи, починаючи з  
15 липня, в годині 8.15 вечером  
буде співати на радіо ново-під-  
готований хор під диригенту-  
рою проф. Олександра Коши-  
ца.

Ці чотири виступи для Colum-  
bia Broadcasting System, Inc.,  
485 Madison Ave., New York, N.  
Y., будуть тільки пробні для у-  
певнення самої згаданої комп-  
панії, як велике число слухачів  
стягне українська пісня. Коли  
результат буде вдоволяючий,  
Компанія підпише контракт на  
українську годину на протяг  
одного року.

Без сумніву що нема україн-  
ської одиниці в Злучених Дер-  
жавах, противної українській  
годині, але щоби така година  
була на довший протяг часу,  
це залежить від нас самих.

З уваги що радіова станція  
WABC має звязки з усіми біль-  
шими містами в Злучених Дер-  
жавах, тисячі Українців будуть

мати нагоду слухати українсь-  
кої пісні, а вислухавши треба  
бодай про це написати і дру-  
гих заохотити щоби листовно  
жадали від компанії українсь-  
кої години і то не раз, але за  
кождим разом.

Лист і 3 центи на марку не  
великий кошт, але тисячі таких  
листів зробить поважне діло.  
Така справа вимагає агітації.

Проф. Кошиць має цілу низ-  
ку підготовлених народніх та  
церковних пісень і це була би  
одинок нагода вислухати ряд  
пісень дуже дешевим коштом,  
бо тільки по 3 центи за кож-  
дий раз.

Хто має звязки з музичними  
інституціями та американськи-  
ми родинами нехай заінтересує  
їх українською піснею та по-  
присить, щоби висловили свою  
опінію в листах до радіової  
станції на адресу як це тут за-  
начено.

Володимир Юрківський.

## ЛОНДОНСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ ЩЕ НЕ ЗАКРИТА

дод. 1.8 Професор Олександр Кошиць виступить з хором в радіо годині Колумбія Бродкестинг Систем, з Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 8 липня, 1933. VOL. XXII. № 79. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

«»

## НАПИШІТЬ ЧИ ХОЧЕТЕ УКРАЇНСЬКОЇ РАДІО-ПРОГРАМИ

Коли багато слухачів напише до управи Коломбія Бродкестинг Систем, що подобалась українська програма хору професора Олександра Кошиця і що раді би слухати кожної суботи, то можливо що компанія про це подбає.

Пишіть на адресу:  
Columbia Broadcasting System  
485 Madison ave. New York, City

дод. 1.9 Напишіть чи хочете української радіо-програми. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді. Фото автора.

## УКРАЇНСЬКІ РАДІО-ПРОГРАМИ В НЬЮ ЙОРКУ

НЬЮ ЙОРК, 17 липня (Вл. кор.) — В суботу вечір, в год. 8.15 зі стації WABC, приналежної до Коломбія Бродкестинг Систем, виступив перший раз спеціально в такій цілі організований Український Хор проф. Олександра Кошиця, складений з 20 членів. Хор мав свою характеристичну марку ума й "руки" свого диригента.

Відспівано 5 пісень, починаючи від частини хору косарів з опери "Запорожець за Дунаєм" словами: "Рідний край ми спомінаєм". Опісля пішла не знана до тепер ширшій публиці "Могила", далше "Гей, орав мужик край дороги", "Гей на горі там женці жнуть" і "Верховино".

Солістами були: в "Могилі" мабуть п. Гребинецька (через радіо не можна бодо пізнати), а в "Гей на горі" Петро Ординський.

Хоч пісні були старанно підготовані й виконані, то не слідно було в них тієї повної краси яку замічується у звичайних виконаннях Кошиця. Вина мабуть в передаванні пісні через радіо яке не віддає вірно звуку голосу. А що це був перший виступ то ще не було часу випробувати відповідного способу спі-

вання для вірної трансмісії. Зате вийшла інша користь з виступу, а це та що управитель радіо-стації дуже совісно й уміло вмів представити по англійськи змагання українського народу і характеристику кожної пісні, яка мала бути введена.

Дальші програми хору Кошиця будуть іти з цієї самої радіо стації кожної суботи в годині 8.15, але тільки через чверть години. Тому що ця радіо-стація сильна, українську програму можуть чути чи не всі Українці що заселяють Злучені Держави, крім хіба тих, що поселились на далеких Вестах.

В неділю, як звичайно відбулася в год. 8.30 рано із стації WOV радіо-програма Сурми, в якій між іншим проголошено зазив до належної оцінки першої вищої української школи в Стемфорд, Конн., до посилення до неї українських дітей, що покінчили народню школу і до надсилання привітів для Пропамятної Книги яка буде видана незабаром для звеличання свята отворення школи дня 4 вересня ц. р. Чергові промови у цій справі будуть іти в наступних радіо-програмах Сур-

Дотеп і розум родяться з...

дод. 1.10 Українські радіо-програми в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 20 липня, 1933. VOL. XXII. № 84. Український музей-архів у Клівленді. Фото автора.

<p>ь Епис- иль Ла-</p>	<p>ред відлетом видав наказ від- класти вилет на 24 години, з ува- ги на мраку яка впала була тоді</p>	<p>ісландію и ірландію, чи може змінити шлях на південь через Азори.</p>
<p>ИТОВ- ?</p>	<p><b>СКЕЧ З НАРОДНЬОГО ЖИТ- ТЯ НА СТАЦІЇ WOV</b></p>	<p><b>ДРУГА ПРОГРАМА ХОРУ КО- ШИЦЯ НА РАДІО</b></p>
<p>з фран- буцімто ських ле рики до німецька вати всі оявились иторією, к нібито и литов- кий і зі- ричинили литовсь- польська о потвер-</p>	<p>НЮ ЙОРК, Н. Й., 24. липня (Вл. кор.) — Конечність ви- кликала в гром. Мирона Сурма- ча письменницько - драматичний талан. Щоби заінтересувати слу- хачів своєю радіо - програмою, що іде кожної неділі в годині 8.30 рано із стації WOV в Нью Йорку, почав він укладати са- мий короткі образки з народ- нього життя. З часом попав на думку на- черкнути якусь акцію біля цьо- го і в той спосіб повстає довша драма "Василь і Маруся". Вона має завязку у найновішій у- країнській історії, але з нею тіс- но сплітаються народні обряди.</p>	<p>НЮ ЙОРК, Н. Й., 24. липня (Вл. кор.) — Друга програма хору Кошом. Видспівана в-су- боту 22 липня з радіо - стації WABC в Нью Йорку, вийшла да- леко гарніше ніж попереднього тижня. Це мабуть тому, що хор уже випробував як пускати го- лос на радіо. Перша пісня ("Жала Улянк- ка") була трохи монотонна, дру- га ("Ой у полі, близько Бариш- поля") була гарна, але забога- то повторялося соло п. Дідо- вича, зате прикували увагу слу- хачів Коломийки й ще якась верховинська пісня, котрої на- головку не мож було схопити.</p>
<p><b>АДЕЛОП</b> орочки, а так у Оила кі Шертс". ських фа- нергійний , у Фила- числа. До , належить цілій Аме- уладити у казав 500,0 казав 500, що поліція див відкри- прийти 60,</p>	<p>Так вийшов знаменито остан- ньої неділі скеч "Купальна дра- ма", в якій виступає кілька о- сіб, а їм помагає хоревий ан- самйл і оркестра Вдовяка. Пісні були виконані дуже гарно, а про- мови й жарти при киданні він- ків на воду виказали талан Сур- мача в збиранні й укладанні це- го багатого етнографічного ма- теріялу. Листи прислані після програ- ми, доказують що українсько - американськ молодь цікавить- ся може більше цими обряда- ми ніж наші старші імїгранти.</p> <p>«»</p> <p><b>"КИЇВ — РОСІЯ"</b></p> <p>НЮ ЙОРК, Н. Й., 24. липня (Вл. кор.)</p>	<p>Англійські пояснення до пі- сень були дуже влучні. Дальша програма на наступну суботу знову в годині 8.15 ве- чір. Останньої суботи дехто забув накрутити радіо в свій час і аж опісля пригадав собі, але було запізно. «»</p> <p><b>МЕРІ ПИКФОРД ПРО РЕЛІГІЮ</b></p> <p>Відома фїлмова артистка Ме- рі Пикфорд пише в журналі Форум: "Я завсіди відчувала що ре- лігія це щось таке що треба переживати, а не про те бала- кати. Загалом ми заобогато го- воримо про релігію, а як мало її в життю нашім.</p>

дод.1.11 Скеч з народного життя на станції WOV. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 липня, 1933. VOL. XXII. № 87. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.





ісяці цілком певно прийме постанову.

одо скасування цілої прогі- то це ще візьме з рік часу.

### ДВА СЕЛА ПОБИЛИСЯ ЗА ПАШУ

П'ятдесят мешканців села Іваниць пов. Коломия, озброєні в коли, напало на селян з Зарожець; що пасли худобу в лі.

Починою нападу були школярки робила худоба на границях полях. В часі бійки людей побито, одного на- тяжко. Справою занялася ція.

### ВСТРИВСЯ ГРАНАТОЮ

В кухню в хаті Марти Демч у Шибалині пов. Берего підложив хтось гарматне ьно. Підчас варення обіду ьно експлодувало й тяжко- оранило двоє дітей Демкової. ч замітом злочинного за- арештовано її зятя Павла ицького, що задля пімсти жив до кухні гранату.

### ПОЙМАНО ДО МАСЛОСОЮЗУ

Вночі з 25 на 26 м. м. незна- омники дісталися (правдо- но по мурі від улиці) на он I. поверха каменниці л. Косцюшка ч. 1 а, в якій ься бюро централі Масло- т. вивши шибу у балкона- верах, дісталися злодії до ційної кімнати, де розби- орка і порозкидали папе- пробували розбити касу. і цій "оботі" хтось їх ма- полович, бо її не могли

### ПРИГОТОВЛЯЄТЬСЯ УКРАЇН- СЬКА ОПЕРА "МАЗЕПА" В НЬО ЙОРКУ

НЬО ЙОРК, Н. Й., 11. листоп. (Вл. кор.) — Оперу Петра Чайковського "Мазепа" написану по російськи, а перекладена, а вчасти її перероблена по українськи, приготує до вистави в Нью Йорку — можливо що в Метрополитен Опері — наш земляк Дмитро Чутро.

Він родом з Галичини, але в дитячих літах виїхав до Росії і там попав в окруження артистів. Переворот застав його на Кубані, де він мав нагоду стрітнутися з потомками Запорожців і від них почув про Україну й український рух.

Після перевороту виїхав до західних країв Європи, а потім до Америки. Вчасі мандрівки почав студіювати танки і став театральним балетмайстром. В америці поселився на постійно у Філадельфії і там zorganizував "Юкрейніен Арт Тієтр" який в минулому році виставив з великим успіхом українську оперу "Запорожець за Дунаєм" при помочі чужих сил. Його балет, виведений в цій опері, дістав велике при- знання в філадельфійських ча- сописах.

Тепер звернув гром. Чутро свою увагу на оперу "Мазепа" і робить приготування, щоби її виставити вже в Нью Йорку, розуміється що фаховими першо- рядними силами. Часу ще не має означеного, бо не готовий з музикою і другими конечни- ми складовими частями.

### САМОСУД В БУДИЛОВІ

Оас, Федір Шаліпін, прибув д Америки кораблем Бремен у чора на цілу низку концертів. Запитаний кореспондентами на кого він хотів голосувати Шаліпін сказав, що він стоїт по стороні Розевелта тому, бо хоче видіти в Америці веселу забаву з пивом та вином.

Запитаний, коли поїде до Росії, відповів Шаліпін, що совети знова запрошували його до себе і прислали окремого посланця до Парижа. Обіцяли що вернуть йому його забраний маєток і ще й дадуть гроші — але співак відмовився.

Не тому, що він може противитися советській ідеї, але тому що там нема такої свободи якої він потребує як артист. Тому перебування в советській Росії довело би його до конфлікту з владою, а це знова могло би скінчитися трагічно.

Не зважаючи на те, Шаліпін хоче бути похоронений в Росії.

Він має тепер 60 літ, але, як каже, чується молодим і не відчуває шістьдесятки на своїх плечах.

### БУВШИЙ МЕЙОР ВОКЕР ЗА- ЛИШИВ ПОЛІТИКУ

НЬО ЙОРК, 11 листопада (Вл. кор.) — Бувший ньюйорський мейор Джиммі Вокер потайки виїхав сьогодні італійським кораблем до Європи, а звітам має виїхати до Індії. Кажуть, що він чується дуже знаооченим останніми невдачами представленні кандидатур на різні уряди, які скінчилися цілковитим його забуттям.

Це застановило його глибоко і він рішив покінчити з політикою. Після перевороту з Ін-

дод. 1.13 Приготовляється українська опера «Мазепа» в Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, вівторок, 15 листопада, 1932. VOL. XXI. № 132. Український музей-архів у Кдівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

## Я ВОЮВАТИ—МЕ ІКОМ

ції як мав старинний  
йовнича промова твор-  
изму певне ріжним па-  
и котрі ще недавно ві-  
о Муссоліні теж паци-  
що готовий підперти  
пролюбні змагання лі-  
ші.

## НА СОВЕТИ

йому остала без поля.  
, що в селі хліба не  
тати, а йде до Одеси  
тить 6 рублів за пів  
А дома має ще дити-

ондент відвідав ні-  
ло Акарія біля Оде-  
уло 814 господарств,  
не пристало до ко-  
на 2,000 людей лише  
спосібних до праці і  
бляють по одному ру-  
копійок денно.

ель колективи нера-  
ляв з кореспонден-  
в його до урядовців  
не було в бюрі.

пішов до сільсько-  
куди саме надійшли  
на продаж. Та ціна  
на 130 рублів. Жінки

## РЕФЕРАТ ПРО ВОЛИНЬ В У- КРАЇНСЬКІЙ РАДІО - ПРОГРАМІ

НЮ ЙОРК, Н. Й., 24. жовтня  
(Вл. кор.) — Вчора в неділю, 23.  
жовтня вчасі чергової програ-  
ми базару Сурма з радіо - ста-  
ції WOV мали слухачі нагоду  
почути незвичайно влучний ко-  
роткий виклад гром. Мирона  
Сурмача про Волинь, його на-  
селення, історію та значіння для  
національного життя України.  
Реферат тривав 5 минут, але був  
найінтереснішим із всіх доте-  
перішніх. Обіймав просто все  
що можна було сказати в тако-  
му короткому часі. Таксамо ін-  
тересний був викад про Волинь  
виголошений управителем ста-  
ції по англійськи.

Тому що того дня відбува-  
лося в Нью Йорку свято в честь  
Липинського, який є урожен-  
цем Волині і там похований.

Інтересні були музичні попи-  
си оркестри під управою Зазу-  
левича. Були там і мелодії з Во-  
лині, за що базар Сурма дістав  
богато признань другого дня  
від наших Волиняків які пере-  
бувають у Злучених Державах.

На другу неділю буде переда-  
на опера "Катерина" Аркаса в  
годині 9 рано з тієїсамої стації.

## ПОЛЬЩА ВІШАЄ ДАЛЬШЕ

НЮ ЙОРК, 24 жовтня (Вл.

## ПРАВОСЛАВНА ЦЕРК МОЖЕ ПОГОДИТИ ПОЛЬСЬКИМ КО ЦЬОЛОМ

Від року були заход-  
шави щоби злучити пр-  
ну церкву в Польщі з  
ким народним косьць-  
кий повстав перед ві-  
Америці, а тепер пере-  
кож до Польщі і має п-  
ку в групі Пілсудськог  
Одначе обі церкви н  
відмінні що злука по-  
з Варшави подає що  
неможливою. Власне т-  
бувається синод прав-  
церкви і той відкинує  
ня на обох церков.

Вони винайшли ін-  
ссіб "зеднання", а саме  
кі народові ксьондзи-  
дять на православя, п-  
його спольщити, а зно-  
довий косьцюл вже за-  
ступ на українські гр-

## СИН ЛИНДБЕРГІВ М ЗИВАТИСЯ ДЖ

Другий син Линдб-  
трий тепер має два мі-  
називатись Джан Мар-  
берг.

Мати каже що дає ї-  
чайне імя, аби він с-  
дом надав йому значі-

\$754,000,000 ПОДАТКУ

дод. 1.14 Реферат про Волинь в українській радіо-програмі. Газета «Америка». Філадельфія, четвер, 27 жовтня, 1932. VOL. XXI. № 124. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

12 ЖОВТНЯ, 1935.

Діне

ЦІНА 3 ЦЕНТ.—

## Е ХОЧЕ РАДІО-КОНЦЕРТ УГЛИЦЬКОГО ЕР- З НЮ ЙОРКУ

В четвер, 10 жовтня, від години 2.30 до 3.15 сполудня був український радіо-концерт рзданий із стації WJZ по цілій Америці.

землі і це орган бути Со-и".

до боль-ється ни-історич-иву че-и вряту-ої тепер

й патрі-я голов-неділім-етів, але

Концерт складався із самих композицій відомого українського компоніста Павла Углицького, до творів Тараса Шевченка.

Відіграв композиції смичковий квартет і співала солістка контр-альт. Як квартет так і солістка виконали свої продукції, дуже гарно, на загальне вдоволення широкої публики радіових слухачів.

«»  
**СОЮЗ СОЮЗОМ, А ГОСТИЙ  
З МОСКВИ ФРАНЦІЯ  
НЕ ХОЧЕ**

## АМЕРИКАНСЬКІ ПРОТИ АМЕ НЕВТРА

НЮ ЙОРК, кор.) — Банк ці, купці, що канські товариші підприємці учора протест легграфом на до президента проголошення неутральности етіопській війнішла ніяка від

Учора вони конференцію над дальшою справі. Вони заборона ви принесе втраму бізнесові долярів річно

дод. 1.15 Радіо-концерт Углицького з Нью Йорку. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 12 жовтня, 1935. VOL. XXIV. № 120. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

...виробничих постів, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

Тимотій Бордуха Перший Раз (Докісичев)

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

Панова Марія Як же важко було вийти з дому, з підлогою, з підлогою...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

...виробничих підприємств, ...виробничих підприємств ...

РОШІ ПОШТА... ANTHONY D. PASHUK Philadelphia, Pa.

КУПИТЕ КНИЖКИ... 110 Стор. мови... 110 Стор. мови... 110 Стор. мови...

дод. 1.16 Прогноз значіння радіо. Газета «Америка». Філадельфія, субота, 17 серпня, Ч. 97. Український музей-архів у Клівленді (США, штат Огайо). Фото автора.

## **Додаток II: тексти рекламних пісень**

### **Дод. 2.1**

Pepsi-Cola hits the spot  
Twelve full ounces, that's a lot  
Twice as much for a nickel, too  
Pepsi-Cola is the drink for you

### **Дод. 2.2**

Have you tried Wheaties?  
They're whole wheat with all of the bran.  
Won't you try Wheaties?  
For wheat is the best food of man.  
They're crispy and crunchy  
The whole year through.  
The kiddies never tire of them  
And neither will you.  
So just try Wheaties  
The best breakfast food in the land