

Ю. В. Щербина,
аспірантка

УДК 379.823: 621.397.13 (73); (477)

Порівняльна характеристика розважальних шоу на телеканалах США та України

У статті порівнюється розважальний контент телебачення України та Америки, досліджується наслідування розважальними програмами на українському телебаченні американських аналогів, розкривається актуальність наукового дослідження.

Ключові слова: українське телебачення, американське телебачення, шоу-програми, розважальні шоу, ток-шоу, реаліті-шоу.

Розважальні програми на українському телебаченні почали домінувати над інформаційними з кінця 90-х рр. Розважальна функція журналістики сьогодні є найбільше критикованою й найменш дослідженою, хоча з-поміж інших функцій мас-медіа вона разом з інформаційною завжди були домінуючими. Інтерес глядачів до розважального контенту зростає щодня, що не може не відобразитися на рейтингових показниках розважальних програм. З моменту їх появи на українському телебаченні кінця 90-х рр., розваги заповнили телеефір. Розважальна функція є об'єктивно необхідною, оскільки людина фізично не може працювати цілодобово, перебувати постійно у напрузі, а потребує розслаблення й відпочинку. А відтак, від журналістики як універсальної моделі дійсності та людської діяльності вона очікує участі в процесі свого відпочинку. Розважальна частина в сучасних ЗМІ дає приємне й корисне проведення часу, забезпечує відновлення фізичних сил, психічне розвантаження читача. Постійно зростаюча кількість споживачів розважальної інформації у свою чергу зумовлюється психологічною потребою особи у розумовому відпочинку, розслабленні, відновленні душевних і певною мірою фізичних сил, у чому стають у нагоді розважальні програми. Під розважальним контентом маємо на увазі розважальні програми, шоу, у тому числі ранкові шоу, реаліті-шоу, ток-шоу, талант-шоу, а також кулінарні програми, розіграші, спортивні та дитячі програми, у яких присутні розважальні елементи.

Нині українське телебачення заповнили розважальні програми. Цей кількісний показник не підтверджує якість продукції, але вказує на те, що для задоволення соціальної потреби суспільства телебаченню замало розповсюджувати інформацію. Зростає потреба в їх створенні. І вони вдосконалюються, оновлюються,

модернізуються й захоплюють все нових та нових глядачів.

Розважальні програми американського походження стали прабатьками українських. Відтак розважальний контент на вітчизняних телеканалах демонструє глядачеві український аналог американських телепрограм. Розглянемо детальніше та порівняємо американські та українські програми, що спільного та відмінного вони мають, та проведемо дослідження розвитку й становлення розваг на українському телебаченні.

США є класичною країною комерційного телебачення. Телебачення в США знаходиться у приватній власності, державне – відсутнє. Приватне комерційне телебачення підлягає жорстким законам ринку, принципу конкурентної боротьби, що стимулює тележурналістів постійно знаходитися у творчому пошуці нових телевізійних форм з метою привабливості телеглядачів. Телебачення стало визнаним лідером мас-медіа. Теоретично прийнято вважати, що основними функціями телебачення є інформаційна, культурно-просвітницька та розважальна. В умовах інформаційного розвитку суспільства для задоволення потреб людини стало замало розповсюджувати інформацію. Розважальні телевізійні програми зайняли ведучу позицію.

Комерційність американської моделі, тобто спроможність глядача платити, привела телебачення до того, що телеглядачі розподілилися за інтересами. Кожен міг дивитися той канал та телепрограми, що його цікавило, придбавши пакет каналів. Такий підхід привів до виникнення маркетингової моделі, для якої визначальним стала «меншість», а успішність телебачення отримала залежність від грошей.

Цей принцип диктує американському телебаченню орієнтацію на індивідуальні інтереси глядацької аудиторії, високу мобільність, націле-



ність на динамічний розвиток. Комерціалізація телебачення спонукає власників телевізійних каналів використовувати усі можливі способи для утримання потенційної глядацької аудиторії [1].

У своїх працях А. Ю. Шоріна розглядає американське телебачення як індустрію, засіб бізнесу. Комерційна модель телебачення, телекомпанії під час виробництва телевізійних програм орієнтуються на швидкий прибуток, захоплення нових ринків, конкурентну боротьбу [2].

Орієнтація на інтереси й потреби «більшості» визначають переважання в програмах американського телебачення різних масових видовищ розважальних програм. Розважальні програми різних жанрів складають до 70 % ефірного часу. В основному це телесеріали, фільми, ігри, шоу, вікторини та музичні програми. Професійний рівень цих програм високий, проте їх інтелектуальна цінність досить низька, тому що орієнтація на масовість [3].

Шоу як самостійне соціальне явище займає важливе місце в житті та функціонуванні суспільства. В умовах конвергенції, під впливом сучасних технологій воно набуває унікальних характеристик та властивостей, трансформується і використовується в галузі управління інформацією. Осмислюючи комунікаційний поступ аудіовізуальної культури, маємо підстави виокремити: шоу як соціокультурний продукт (контент) та шоу як допоміжний інструмент менеджменту (технологія).

У шоу-програмах, як і в серіалах чи художніх фільмах, учасників проектів характеризує автентична поведінка в реальних, впізнаваних ситуаціях. Глядачі так чи інакше мають ідентифікувати себе з героями, перейматися їхніми турботами й радощами та водночас вчитися відповідно діяти в подібних життєвих ситуаціях.

Шоу-програми ми поділили на ток-шоу та реаліті-шоу.

Ток-шоу поділяються на:

- розмовні видовища (ток-шоу);
- ігрові видовища (ігрові шоу);
- постановочні шоу.

Реаліті-шоу в свою чергу поділяються на:

- шоу талантів;
- шоу підглядання;
- шоу виживання;
- шоу знайомства;
- шоу професії;
- шоу навчання;
- кулінарні шоу.

Перші шоу-програми з'явилися на телебаченні у 1940-х рр. 1948 р. на телебаченні США з'явилася шоу «Прихована камера» (засноване на радіопередачі «Прихований мікрофон»), що стало досить швидко популярним. Ці програми вперше стали записувати і транслювати в ефірі

реакцію і поведінку людей, що опинилися за волею сценариста у несподіваній ситуації. У 1950 р. дебютували ігрові шоу «Випереджаючи час», «Причина чи наслідок», що заманювали звичайних людей у різні ексцентричні змагання, трюки та жарти [4].

Програма «Прихована камера» в Україні з'явилася в середині 90-х рр. в ефірі телеканалу «1+1». За принципом програма не відрізнялася від американського аналогу і демонструвала поведінку людей у різних сфабрикованих і несподіваних для них умовах. Пізніше, в середині 2000-х рр., українське телебачення, а саме один з одеських продакшнів, використало формат «Прихованої камери» для створення подібної програми еротичного характеру «Голі та смішні», що відрізнялася від стандартного формату тим, що усі ситуації, в які потрапляли випадкові перехожі, були пов'язані з оголенням. Цей формат і досі транслюється на телеканалі «ICTV» та набув неабиякої популярності у сусідніх державах. Віднедавна програму «Голі та смішні» можна побачити в Польщі та Угорщині.

Науковці А. Г. Беспалова, Є. А. Корнілов та А. П. Корочинський, зазначають, що поява ток-шоу як формату телевізійної програми сталася у 1960-ті рр. у Сполучених Штатах. На одній з провінційних телестудій у журналіста Філа Донах'ю, який підміняв свого колегу-ведучого в ефірі вечірньої програми, закінчилися запитання до гостя в студії й Філ імпровізував – звернувся по допомогу до зали глядачів. Ті не розгубилися й почали ставити запитання гостеві, чим врятували ефір від зупинки. Цей метод припав до душі телевізійникам, і його швидко підхопили інші телестудії [5].

Ток-шоу почали організовувати з кожного, часто скандального, приводу. Це надало новонародженому жанру емоційності, пристрасності і не коштувало значних витрат провінційним телестудіям, бо там жорстко рахували гроші. Зайвих коштів на виплати відомим особам провінційні телекомпанії не мали, тому їх поки що на ток-шоу не запрошували. Але Філ Донах'ю Шоу (The Phil Donahue Show) запрацювало. Аби підігріти зацікавленість до телепередачі, нове шоу показало ретельно створений фоторепортаж з провінційного пологового будинку, бо почався активний пошук «запальних» тем чи сюжетів. Ток-шоу швидко набули популярності й вийшли на міжнародну арену через нові історичні реалії. Серед перших ток-шоу – телемості між запрошеними аудиторіями у США та в кризовому на ті роки СРСР. Ток-шоу перейняли інші державні телекомпанії, а їх тематика набула значної різноманітності [6].

Ток-шоу та шоу-ток – телевізійні жанри, що характеризуються перш за все такою рисою, як видовищність. Необхідними елементами шоу є:





- ведучий-рефері (творча група, яка працює над програмою);
- учасник або учасники (опоненти);
- «внутрішній глядач» (глядачі у студії, які теж можуть брати участь в дискусії) [7, 104].

Найпопулярнішими ток-шоу Америки від моменту створення цього жанру до теперішнього часу є такі програми, як: «Шоу Філа Донах'ю» (1967–1996), «Шоу Опри Уінфрі» (1986–2011) та «Шоу Ларрі Кінга» (1985–2010). Саме ці програми стали прабатьками вітчизняних ток-шоу, вони є взірцевими, їх історія демонструє як цікавий, різноманітно наповнений телевізійний продукт може прожити на телебаченні не одне десятиліття. Серед українських соціально-розважальних аналогів (ми не беремо до уваги аналітичні та політичні ток-шоу) – ток-шоу «Один за всіх» («СТБ»), «Моя хата скраю» («1+1»), «Говорить Україна» («Україна»), «Табу» («1+1»). Одним із перших ток-шоу на українському телебаченні стала програма Миколи Вересня «Табу» (телеканал «1+1»).

Але якщо в американських ток-шоу з початком «епохи» політкоректності зникли будь-які табу на оприлюднення інформації і ток-шоу стали плацдармом для висловлювання будь-яких думок – від антиполітичних до надто еротичних, то в українських ток-шоу ані ведучі, ані гості не можуть собі дозволити бути занадто відвертими. Різниця між українськими ток-шоу та американськими не у професійній підготовці ведучого, ані у підборі гостей. Зазначимо, що ведучий є ключовою персоною ток-шоу, саме від його журналістської майстерності залежить хід бесіди та розриття теми шоу. Різнить цей жанр в Україні та США менталітет людей та рівень моральності людей. Для американців немає заборонених тем, тобто, у телепросторі можна зустріти фільми та передачі з будь-якої найвідвертішої теми, чого не побачиш на українських телеканалах. Також варто зазначити, що попри те, що у нашій країні є багато талановитих ведучих та журналістів, ставка робиться на професійних якостях ведучого, а не моральних цінностях. Наш ведучий у ток-шоу є спершу модератором, а потім психологом. В американських шоу ми бачимо зворотну картину – співчуття та співпереживання за героїв програми. Чому найбільшої популярності у світі набуло «Шоу Опри Уінфрі»? Тому що у кожній програмі ми бачили не професійно підготовлену ведучу, а звичайнісіньку людину, яка не соромилася на всю країну розповідати про свої негаразди у сім'ї, співчувати героям програми і навіть плакати разом із ними. Героями її програми ставали люди різного соціального та матеріального статусу і всі йшли до шоу аби поділитися проблемою, розповісти Опрі (та й усьому світу) про

таємниці. У нашій країні, попри професійність та професіональність вітчизняних ведучих, ми бачимо в них лише ведучих, спеціалістів, ретельно підготовлених до теми бесіди професіоналів. Нашому формату ток-шоу дуже не вистачає цієї відвертості та людяності Опри Уінфрі та десятка інших американських ведучих, що стали відомими на увесь світ завдяки прояву емоційності у своїх шоу.

Аналоговим до «Шоу Опри Уінфрі» в Україні стало ток-шоу Ольги Герасим'юк «Без табу». У ньому, так само як у Опри, розглядалися соціальні теми, гостями ефірів стали відомі українські діячі кіно, культури та політики. Але у шоу «Без табу» все-таки була своя родзинка, те, що відрізнило програму від її американських «родичів», – Ольга Герасим'юк після закінчення тієї чи іншої теми не покидала стежити за життям своїх героїв, розповідаючи глядачеві як склалася подальша доля героїв її програми. В українському ефірі ток-шоу проіснувало з травня 1998 року до квітня 2006 року.

Отже, можемо зробити висновок, що українські ток-шоу порівнянно з американськими мають невеликі розбіжності у подачі інформації, але оскільки українські шоу створені за принципом зарубіжних, зазначимо, що за форматом та способом наповнення програм вони не відрізняються від американських. Принципи подачі інформації залишаються однаковими, так само як ключовою персоною у ток-шоу залишається ведучий. Різняться лише теми обговорення у програмах, подача інформації.

Стосовно реаліті-шоу, сьогодні на українських телеканалах ми спостерігаємо його перенасичення, але, попри величезну кількість та різновидність реаліті, на жаль, в Україні це є інтегровані інтернаціональні програми й хоча вони за своєю природою мають власну природну специфіку, перегляд таких програм включений в контекст повсякденної культури глядачів. Норми, на які орієнтуються організатори шоу, його учасники та телеглядачі, поєднуються запропонованим форматом, іноді вступаючи у протиріччя між собою. Говорячи про реакції, варто відмітити, що величезна аудиторія включилася в перегляд цих програм з моменту їх появи на українському телебаченні. Глядачі зазначали, що особливий інтерес цих шоу заключається в тому, що там показують справжнє життя, все, як відбувається у пересічних громадян щодня.

«Коли на початку «нульових» на вітчизняних телеканалах з'явилися програми «реально-го бачення» такі, як: «За склом», «Останній герой», показані в ефірі з чималим запізненням по відношенню до західних аналогів, таких як «Big Brother» та «Survivor», вони на деякий час



стали найобговорюванішими подіями в області культури. Новизна запропонованої розваги, щоденні трансляції передач по телебаченню та в Інтернеті, хвиля публікацій в пресі, тематичні дискусії знаменитостей та політиків стимулювали інтерес глядачів до таких програм», зазначає російський науковець Зверева В. В. [8, 129].

Медіаторці реаліті-шоу, продукуючи нові проекти, усе частіше звертаються до синтезу тих чи інших елементів зазначених груп. Організатори шоу в гонитві за видовищністю нерідко переступають межу моральності, що негативно впливає на глядачів, адже багато з них сприймають телевізійні образи як еталон, зразок для наслідування. Вибір тем і учасників, спосіб трансляції та обговорення перебувають під контролем телевізійної організації. Саме селекція тем показує, які аспекти життя вони пропонують своїй аудиторії. Адже шоу формують сприйняття «важливості» певних тем для конкретного глядача.

У Сполучених Штатах існує безліч різновидів реаліті-шоу. Вони досить прості у реалізації (задача реаліті-шоу відобразити справжнє, реальне життя, тобто все, що відбувається з учасниками шоу без прикрас, – їхні репліки, спілкування, сварки та примирення, їхні дії, тобто камери безупинно знімають життя героя/героїв реаліті, монтаж використовується мінімально, репліки учасників не корегуються за допомогою монтажу, а залишаються без змін), тож знімати реаліті відносно легко, а попит на них постійно зростає. Реаліті шоу збирають чималу глядацьку аудиторію біля екранів, тому що у всі часи людей цікавлять схожі проблеми і спостерігати за життям «сусіда» завжди цікаво. Але найбільший інтерес в аудиторії викликають спостереження за життям відомих можливих людей. Американські продюсери перші помітили цю тенденцію і на початку 2000-х рр. почали розвивати цю ідею, створивши шоу «Сімейка Осборнів».

«Сімейка Осборнів» – американське реаліті-шоу, у якому зафіксоване домашнє життя рокера Оззі Осборна та його родини. Серіал стартував на телеканалі «MTV» 5 березня 2002 р. і за перший сезон проекту зібрав найбільше переглядів за всю історію існування телеканалу. Остання серія шоу вийшла 21 березня 2005 р.

Другим за своєю популярністю зірковим реаліті-шоу став проект про родину американської світської левиці, моделі та акторки Кім Кардашян «З Кардашьянами». Проект стартував у жовтні 2007 р. на кабельному каналі «E!». За перший місяць після запуску шоу стало самим рейтинговим на каналі серед жінок у віці з 18 до 34 років, та його подивилося майже 1,3 млн глядачів. Другий сезон закріпив успіх першого,

та був переглянутий вже 1,6 млн людей, що на 23 % більше. П'ятий сезон подивилось в середньому 3,11 млн глядачів. На сьогоднішній день вже вийшло п'ять сезонів шоу та три спін-оффи: «Kourtney and Khloe Take Miami», «Kourtney and Kim Take New York» та «Khloy & Lamar» [9].

Також у США дуже популярними є проекти про багатих та впливових осіб. Так резонансний успіх викликав американський проект «Реальні домогосподарки з Беверлі Гілс». Не менш шокуючий став і український аналог цього шоу – реаліті «Багаті теж плачуть», виробництва продакшну «Final Cut Media» на замовлення телеканалу «1+1». Суть шоу полягає в тому, що камери безперервно стежать за життям 6-х багатих жінок-домогосподарок з найбагатшого району Америки – Беверлі Гілс. В Українській версії шоу взяли участь 4 жінки, які детально продемонстрували у кадрі власний побут. Цей вид реаліті полюбився глядачам тим, що шоу продемонструвало касту багатих людей, які через побут, реальні проблеми та негаразди у житті виявилися звичайними людьми і наблизилися до мільйонів глядачів цих шоу.

В Україні поки немає відповідників до цих реаліті. Українські продюсери використовують лише частково елементи подібних шоу. Тематика цих реаліті, де до шоу залучаються відомі й впливові особи, була використана у програмі телеканалу «1+1» «Мільйонер. Життя спочатку». Цей проект про 4-х українських мільйонерів, що опинилися в нестандартних для їх життя обставинах і як вони намагаються вижити. Камери безупинно стежили за мільйонерами цілодобово протягом тижня. Але програма була недовгострочною, мала лише 4 випуски й виходила раз на тиждень. Американські реаліті шоу відрізняються від українських аналогів масштабністю та частотою виходів на телебаченні. В Америці шоу знаходяться на одному рівні з новинами й інтерес до таких програм постійно зростає.

Отже, у статті було розглянуто історію розвитку розважальних програм на телебаченні США та України, проведено теоретичний аналіз проблеми, порівняно окремі шоу Америки та України, тож можемо зробити висновки, що більшість шоу, які на сьогодні маємо в Україні є аналогами американських програм, що мають спільний формат й тематику, але різняться способом подачі матеріалу, стилем ведучих та мають незначні розбіжності в зв'язку з різним менталітетом людей цих країн. Оскільки шоу як жанр в Україні існує лише близько десяти років, у той час в США він набув популярності більш ніж п'ятдесят років тому, вітчизняні продюсери ще не дійшли рівня створення оригінального продукту, тому всі розважальні програми, які ми бачимо тепер на українських



телеканал, є адаптованими шоу з інших країн та повторюють схему успіху попередників.

1. Акинфиев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Сергей Николаевич Акинфиев. – М., 2008. – 20, [1] с.

2. Шоріна А. Ю. Авторське телебачення: жанрові форми і різновиди : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. : 27.00.04 / Алла Юріївна Шоріна. – К., 2008. – 20, [1] с.

3. Саптак В. Телевидение и мы. Четыре беседы / В. Саптак. – М. : Искусство. – 1988. – С. 36.

4. Реаліті-шоу [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – URL: <http://uk.wikipedia.org/реаліті-шоу>.

5. Беспалова А. Г. История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. – М., Ростов н/Д. : Изд. центр «МарТ», 2003.

6. Ток-шоу [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – URL: <http://uk.wikipedia.org/ток-шоу>.

7. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : посібник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : ВД «Києво-Могилян. акад.», 2009. – С. 104.

8. Зверева В. В. «Настоящая жизнь» в телевизоре: исследования современной медиакультуры / В. В. Зверева. – М. : РГГУ, 2012. – 224 с.

9. Кім Кардашян [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Кім_Кардашян.

Подано до редакції 18. 01. 2013 р.

Scherbyna Yulia. The comparative characteristics of entertainmen shows on the television channels of the USA and Ukraine.

This article compares the entertainment content of the Ukrainian and American television programmes. The emulation of the American TV entertainment programmes by the Ukrainian television industry is studied, the timeliness of scientific research is revealed.

Keywords: the Ukrainian television, the American television, show-programmes, entertainment programmes, talk-show, reality-show.

Щербина Ю. В. Сравнительная характеристика развлекательных шоу на телеканалах США и Украины.

В статье проводится сравнение развлекательного контента Украины и Америки, исследуется подражание развлекательных программ на украинском телевидении американским аналогом, раскрывается актуальность научного исследования.

Ключевые слова: украинское телевидение, американское телевидение, шоу-программы, развлекательные шоу, ток-шоу, реалити-шоу.