

Горчикова А. О.,  
аспірантка, асистент кафедри Теорії та методики  
журналістської творчості Приватного вищого  
навчального закладу «Міжнародний економіко-  
гуманітарний університет імені академіка  
Степана Дем'янчука»

Horchikova Anastasiya,  
PhD Student, Assistant of the Department  
of Theory and Methodology of Journalistic Work  
Private Higher Educational Establishment  
“International University of Economics and  
Humanities named after Academician Stepan  
Demianchuk”

УДК 007:654.197:379.823(477)

## Розважальні телепрограми як виразник медіа- культури глобального інформаційного простору (на прикладі всеукраїнських телеканалів)

### Entertainment television programs as an expresser of media culture of global information space (of All-Ukrainian TV channels as the examples)

**РЕФЕРАТ.** У статті розглянуто розважальні телепрограми провідних всеукраїнських телеканалів, які з перебігом глобалізації інформаційного простору перетворилися на одну з базових платформ медіакультури. Проаналізовано сучасну ситуацію в масовокомунікаційному просторі, яка характеризується збільшенням уваги саме до розважального контенту, а отже, зростає і роль такого роду програм у трансляції культурного досвіду поколінь та сучасних здобутків. Подано загальне бачення цього питання та на конкретних прикладах проведено аналіз сучасних тенденцій специфіки подавання культурного тла та реалізації творчого задуму за рахунок впровадження елементів культурних цінностей.

**Ключові слова:** медіакультура; розважальні телепрограми; глобалізація; інформаційний простір; культурні цінності.

**ABSTRACT.** The entertainment television programs of the leading All-Ukrainian TV channels that in terms of globalization transformations of information space grew into one of the basic platforms of media culture are examined in the article.

It analyzes the modern situation in mass communication space that is characterized by strengthening focus exactly on entertainment content, so it increases the role of such programs in the question of broadcasting of cultural experience of generations and modern achievements.

A common vision of this question is represented and the analysis of modern tendencies are conducted using the concrete examples as to specifics of presentation of cultural background and realization of creative intention due to introduction of elements of cultural values.

**Keywords:** media culture; entertainment television programs; globalization; information space; cultural values.

**Вступ.** Сучасна масовокомунікаційна діяльність визначається глобалізаційними процесами та змінами, характерними для соціально-комунікаційної системи ХХІ ст. Сам характер масової та соціальної комунікацій невіддільний від глобалізаційних тенденцій та трансформацій, які змінюють, якщо не суть, то специфіку діяльності медійних працівників та сприйняття творчого доробку зацікавленою аудиторією. Динамічний характер змін спричинений стрімким

впровадженням технологічних новинок, які спрощують процес отримання, опрацювання та передачі інформації в маси. Суттєвих змін зазнає і специфіка сприйняття інформаційних впроваджень. Особливості людського сприйняття не дозволяють повноцінно та швидко адаптуватися до стрімкого потоку інформації, що викликає непорозуміння, збої системи та може стати поштовхом до неналежного виконання базових функцій журналістики. У таких умовах одним з основних





орієнтирів у шквалі інформатизації залишається медіакультура. На думку Ю. Лотмана, культура являє собою пам'ять та є своєрідною скринєю для зберігання раніше набутого досвіду [1, 174].

#### **Теоретичне підґрунтя та гіпотеза дослідження.**

У часи становлення абсолютно нового інформаційного порядку чільне місце в системі наукових пошуків займає медіакультура як орієнтир морально-ціннісних настанов конкретного соціуму та світової спільноти.

Відома російська дослідниця Н. Кирилова розглядає медіакультуру як систему, що розвивається в епохи модерну та постмодерну. При цьому дослідниця бере до уваги не часові, а соціальні й естетичні межі процесу трансформації сприйняття терміна «культура» в суспільстві як такого [2, 74]. Цікавою є думка В. Беньяміна, який зазначає вагому роль засобів технічної репродукції, які мають змогу перетворювати у власний об'єкт сукупність мистецьких творів, транслювати масовій аудиторії і таким чином змінювати процес впливу на свідомість глядача, читача, слухача [3, 212]. У контексті теми медіакультури не можна не згадати «пророка» епохи глобалізації М. Маклюєна, який активно розробляв питання культури медіа та впливу ЗМІ на поширення культурних цінностей. Зміна комунікаційної системи слідує за технологічним прогресом, який ні в якому разі не відкидає культурних здобутків людства, а лише переносить їх на новий щабель розвитку. Так, будь-яке мистецтво взагалі розглядається як процес пізнання, до якого можуть долучитися члени різних політичних, етнічних та релігійних спільнот через телеканали. Саме медіакультура визначає інформаційно-комунікаційну прерогативу типів відносин та процесів у постіндустріальному суспільстві [4, 368]. Окремо варто зазначити також і думку російського вченого М. Бахтіна, який розглядає медіадискурс і медіакультуру як «діалог культур». На думку дослідника, є взаємозв'язок і взаємопроникнення культурних норм та цінностей на різних рівнях життя населення через трансляцію та апробацію запропонованих культурних наративів представників інших культурних пластів. Таким чином, створюється так звана «світова культура», яка є притаманною для людей-космополітів [5]. З вищесказаного можна зробити висновок, що дослідження можливостей впровадження культурних наративів розважальними програмами є дуже актуальним у зв'язку з глобалізаційними тенденціями розвитку інформаційного простору.

*Метою дослідження* є визначення характеристик контенту розважальних телепрограм всеукраїнських телеканалів на предмет поширення культурних цінностей. Адже саме розважальна

журналістика займає чи не найбільшу частину ефірного часу практично всіх великих телеканалів. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання*: визначити найпопулярніші розважальні телепрограми та прикметні характерні риси трансляції культурного досвіду; проаналізувати на конкретних прикладах особливості подавання культурних наративів та контексту, який полегшує чи ускладнює їх сприйняття; охарактеризувати стиль подавання культурного тла будь-якої події із посилання на особливості обробки отриманої інформації конкретним індивідом.

*Об'єктом дослідження* є розважальні телепрограми всеукраїнських телеканалів, а *предметом* – конкретні можливості та особливості трансляції культурних наративів і культурного досвіду в контексті глобалізації інформаційного простору.

*Гіпотеза* полягає в тому, що сучасне розважальне телебачення є одним із найвпливовіших чинників, які активно впроваджують у свідомість аудиторії культурні традиції, спадщину та сучасні тенденції. Оскільки саме розважальну складову журналістики можна назвати однією з провідних, логічно припустити, що такі програми формують культурний світогляд аудиторії.

**Методи дослідження.** У процесі роботи використано загальнонаукові методи: індукцію, дедукцію, синтез, узагальнення. Науково-методичну літературу на цю тему опрацьовано із застосуванням методу аналізу. Досліджуючи зміст та структуру розважальних телепрограм на всеукраїнських телеканалах, використано контент-аналіз, який дає можливість конкретно окреслити відбиття культурних наративів під час ефірної трансляції та виявити переваги та недоліки культурного тла для сприйняття конкретної тематики. Структурний метод застосовано для окремого вивчення тематики розважальних телепрограм.

**Результати дослідження.** Сучасний український телевізійний простір активно долучається до глобального інформаційного простору та тяжіє до засилля розважальних телепрограм, які одночасно поєднують у собі кілька функцій – розважальну, інформаційну та комунікаційну. І. Мащенко зазначає, що в більшості розважальних програм у процесі гри нерідко намагаються просвітити телеглядача, чогось навчити або, як мінімум, примусити замислитися та зацікавитися соціально значущими темами та речами [6, 93]. У цьому аспекті розважальне телебачення успішно поширює норми національної культури в маси.

Сучасне глобалізоване телебачення дуже важко назвати оптимальним варіантом для впровадження культурних та моральних цінностей. Однак необхідно віддати належне тенденції до його вдосконалення та підвищення культурного та





ціннісного рівней. Розважальне телебачення – не виняток. За останні кілька років активного впровадження світових стандартів та перехід на якісно новий глобальний рівень воно піднялося на новий щабель свого розвитку. Орієнтація на західні аналоги відбилась на розвитку розважального телебачення, але українські журналісти зуміли у західні аналоги привнести суто національний колорит. Ні для кого не секрет, що більшість масштабних проєктів, наявних в ефірі всеукраїнських телеканалів, є українізованими версіями західних колег. Чи є позитивною така тенденція можна сперечатися, але очевидним є те, що виразність українських розважальних програм зросла, а про подібну видовищну картинку ще кілька років тому українські глядачі не могли й мріяти.

Розглядаючи розважальні програми глобалізованого інформаційного середовища в контексті виховання та впровадження культурних норм і догм, можна визначити їх як ті, що транслюють певні групи цінностей, які мають впливати на свідомість та підсвідомість глядача. Форма і стиль подавання інформації характеризуються особливою виразністю і спрощеним варіантом подавання змісту. Така специфічна характеристика дає змогу телебаченню ненав'язливо пропагувати цінності, а глядачеві непомітно їх засвоювати.

Розважальні програми виконують інформаційно-пізнавальну, комунікаційну, виховну та рекреативну функції. Автори цих програм здебільшого звертають увагу на останню з перерахованих функцій, нехтуючи виховною.

Аналізуючи контент телевізійних каналів, можна зауважити, що розважальні програми, як і художні фільми та серіали, займають провідні позиції на телеканалах: «Інтер», «1+1» та «СТБ». Така особливість характерна для розвитку глобального інформаційного середовища на даному етапі розвитку суспільства.

У розважальних програмах нині представлені різні спрямування. Ведучі в ігровій розважальній формі пропагують пріоритети кулінарної майстерності («Пекельна кухня» на телеканалі «1+1»), гумор («Розсміши коміка» та «Вечірній квартал» на телеканалі «1+1»), музичні шоу («Х-фактор» на телеканалі «СТБ») та реаліті-шоу («Інспектор Фреймут» на «1+1»). Найменше корисної інформації несуть реаліті-шоу, гумористичні конкурси та оповіді про світ шоу-бізнесу.

Проаналізуємо окремі телепрограми.

Телепрограма «Пекельна кухня» на телеканалі «1+1» [7]. В основі програми лежить інстинкт, який підштовхує людину доводити собі та оточенню власну першість та винятковість. Високе ремесло кулінарного мистецтва у цій програмі є лише тлом, на якому розгортаються істинні

баталії. Гострі конфлікти між ведучими та учасниками, темна харизма володаря кухні й азарт гри – ось, що приваблює глядачів. Без сумніву програма має високі рейтинги і виправдовує своє існування з фінансової сторони. Для нас же головне, що ніякі моральні цінності не пропагуються в ефірі «Пекельної кухні». Постійні сварки і бійки, які глядач щодня споглядає як у реальному житті, так і в інформаційних телепрограмах продовжуються і в розважальних шоу.

Єдине, що пропагується у вищезначеному шоу, так це жага до наживи, адже саме гроші в результаті отримує переможець. Протягом усього шоу учасники своєю поведінкою доводять, що заради грошей готові на все. Жодних сумнівів перед тим, як зробити гидоту сусідові чи підставити конкурента вони не відчують. Вони готові терпіти шефа, який влаштовує їм пекло на кухні щодня і при цьому завжди готові до того, щоб вдарити когось у спину або ж запобігти такому ударові.

Подібні шоу, попри всю свою популярність, не бажані в українському телевізійному просторі, адже закону джунглів особа може навчитися за дуже короткі строки, а от зрозуміти та прийняти для себе як норму поведінки високі моральні цінності не так вже й просто. Журналісти як представники четвертої влади повинні допомагати у цьому суспільству, а не відштовхувати назад своїми варварськими програмами.

Гумористична програма «Розсміши коміка» на телеканалі «1+1» вже кілька років поспіль збирає перед екранами телевізорів широку глядацьку аудиторію [8]. Звикнувши з дитинства до незаангажованої відкритої гри «Клубу веселих та кмітливих», українці прагнуть до подібних шоу на національних телеканалах. Більшість учасників телепрограми йде додому не з пустими руками, адже призом є грошова винагорода. При цьому об'єктивність суддів можна оцінити за їхньою реакцією, від якої, власне, і залежить доля учасника. Олімпійський принцип у програмі не діє, але краще підготовлені учасники отримують набагато більшу суму нагороди. Таким чином, можна сказати, що з дотриманням принципу рівності громадян показано, що наполеглива праця варта істинної винагороди і для цього треба не жалкувати себе, а готуватися до вирішальної битви. Позитивною тенденцією цієї програми можна назвати її нецензурованість і готовність учасників жартувати на досить слизькі політичні та фінансові теми. Подібна тенденція притаманна всім програмам такого типу. Зазвичай у гумористичній програмі в жартівливому стилі засуджуються «найпопулярніші» гріхи сьогодення: жадібність, недостатня освіченість, низька культура та схильність думати лише про себе.





На телеканалі «1+1» функціонує гумористична програма «Вечірній квартал». Готують її вихідці з КВК, які шанують виховну функцію цієї програми [9]. Це єдина програма у телевізійному просторі України, яка в сатиричному стилі популяризує високі моральні принципи. Одночасно викриваються вади сучасного суспільства, без чого воно аж ніяк не може змінитися на краще. Єдиним мінусом програми, на наш погляд, є деякий відхід від традицій Клубу і спрямованість уваги в останніх випусках на фінансово вигідні теми, аніж на суспільно важливі.

Однак у мініатюрах про сімейне життя глядачі можуть впізнати себе і зрозуміти наскільки важливішим є щастя другої половинки за прозаїчні сварки. У політичних постановках яскраво вказано на основні огріхи сучасних політиків, які пересічні українці обговорюють у кулуарах. М'яка критика запрошених гостей допомагає їм тримати себе в формі і не страждати від зіркової хвороби. Загалом необхідно зазначити, що для реального погляду на себе, українське суспільство навряд чи знайде більш підходящу передачу.

Телевізійний проект «Х-фактор» каналу «СТБ» три роки тому привернув увагу українців від Закарпаття до Донбасу і створив невсхваляючий інтерес до шоу [10]. Доступність запису на конкурс та можливість виступити на великій сцені привабили мільйони тих, хто бажає визнання. Додали популярності проекту й несхожі одне на одного судді, які в команді здатні приймати правильні рішення й обирати істинно талановитих людей до участі в програмі. Легка атмосфера, в якій не відчувається напруження конкурентної боротьби, дає змогу переглядати конкурс і малечі, яка могла насолодитися головами талановитих співаків.

Морально важливим чинником шоу можна назвати висвітлення долі учасників, яка часто є дуже непростюю. Відпочиваючи біля екрана, глядач міг переглянути за короткий проміжок часу цілу драматичну історію, основу на реальних подіях. Переглядаючи історію успіху пересічного українця, кожен глядач може поставити перед собою мету і почати шлях до її здійснення. Вдало підібрані і теми ефірів, під які конкурсанти готують особливі музичні композиції. Організатори «Х-фактора» не просто бажають слухати гарні голоси, а й привертати увагу загалом до важливих проблем сучасності, пов'язаних із глобальними проблемами планети та особистими перипетіями в душі кожної окремої людини. М'яко і не напругою режисери шоу впроваджують у свідомість українців високі ідеї загальної рівності, взаємопідтримки і піклування про наступні покоління. Так, долучаючись до високого музичного мистецтва, яке, як здавна вважалося,

звеличує людину і дає їй можливість пізнати істинну красу людської душі та моральні цінності, глядач має замислитися над важливими проблемами сьогодення.

Нове втілення програми «Ревізор» у вигляді «Новий інспектор Фреймут» на телеканалі «1+1» збирає біля екранів цілу армію прихильників [11]. Сприяє цьому новизна шоу, адже раніше на українських телеекранах нічого аналогічного не було. Також глядачам цікаво зазирнути на кухні ресторанів та в кімнати готелів рідного міста і зробити висновок, чи варто повертатися до свого улюбленого закладу.

Позитивною тенденцією у програмі є досить м'яке подавання фактів і стримана манера ведучої у розмові з працівниками закладу, в якому відбувається ревізія. Не ображаючи честь та гідність людини, ведуча досить точно і безкомпромісно вказує на недоліки в обслуговуванні чи санітарії закладу. Також важливим є те, що заклад може отримати другий шанс, адже в житті трапляються моменти, коли потрібна друга спроба. Програма не вчить безкомпромісності, а залишає право на помилку. Дотримання санітарно-гігієнічних норм, яких вимагає ведуча, також повинно позитивно впливати на глядацьку аудиторію, яка може пригадати власні недоліки в даному питанні й виправити їх.

Поширення суспільної моралі в шоу не дуже помітно, але стиль спілкування з учасниками та інтерактив з постійними глядачами, які запрошують ведучу до рідного населеного пункту, допомагають наблизитись до глядача, який може навчитися у ведучої стриманості. Сьогоднішні умови проживання у світі вимагають від усіх вміння йти на компроміси. Таким чином, ведуча поширює потрібне соціальне вміння в масах.

**Висновки.** Підсумовуючи, необхідно зазначити суттєві зміни якості та кількості розважальних телепрограм в українському телепросторі. Саме розважальна функція журналістики виходить на передову і впроваджує в соціум певні стандарти поведінки, транслює культурні здобутки та яскраво показує місце і роль людини в суспільстві. Останнім часом помітною є тенденція до розробки та впровадження якісних розважальних програм із приємним культурним тлом, яке адекватно зазначає події, що є основними у телепрограмі. Ведучі часто підкреслюють культурні і моральні цінності головних героїв та віддають належне саме цим аспектам духовного життя як вагомому внеску в перемогу чи здобуток кожної конкретної особистості. Популярність розважальних телепрограм дає змогу в контексті основної дії давати натяки чи прямі посилання на культурні традиції та поширювати не тільки глобалізовані космополітичні цінності та ідеали, а й не забувати та





показувати власну неповторну культурну самобутність. Неабиякою є роль ведучих розважальних телепрограм, оскільки вони стають кумирами мільйонів. Стиль поведінки фахових та непрофільних журналістів в ефірі, на жаль, часто не найкращий. Варто згадати лише «голосний» проєкт «Пекельна кухня» та головного кухаря, який дозволяв собі жбурляти в конкурсантів чим заманеться, не кажучи вже про стиль спілкування цієї особи. Проте є й позитивні елегантні, етичні та естетичні ведучі, з яких можна брати приклад. Загалом, необхідно відзначити позитивні тенденції в сфері поширення культурних пріоритетів та здобутків через розважальні телепрограми в епоху глобалізації інформаційного простору, що дає великі шанси на безболісне влиття українських медіа у спільноту інтернаціональних комунікаційних систем.

#### Список літератури

1. *Лотман Ю. М.* Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М.: Гнозис; Издательская группа «Прогресс», 1992. – 272 с.
2. *Кириллова Н. В.* Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. В. Кириллова. – М.: Академический Проект, 2005. – 448 с.
3. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / В. Беньямин. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.
4. *Маклюэн М.* Понимание медиа : Внешние расширения человека / М. Маклюэн [пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова]. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
5. *Бахтин М.М.* Литературно-критические статьи / М. М. Бахтин. - М.: Художественная литература, 1986. – 543 с.
6. *Мащенко І. Ю.* Національно-культурне відродження етнічних меншин Центральної України в 90-х роках ХХ ст. [Текст] : дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Мащенко І. Ю. ; Черкаський держ. технологічний ун-т. – Черкаси, 2002. – 195 с.
7. *Пекельна кухня* [Електронний ресурс] / 1+1 / Режим доступу: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/pekelnna-kuhnya-1.html> / – Назва з екрана. – Дата доступу: 12.02.2016
8. *Розміши* коміка [Електронний ресурс] / 1+1 / Режим доступу: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/rozmishi-komika.html> / – Назва з екрана. – Дата доступу: 10.02.2016
9. *Вечірній квартал* [Електронний ресурс] / 1+1 / Режим доступу: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/vechirniy-kvartal.html> / – Назва з екрана. – Дата доступу: 15.02.2016
10. *X-фактор*. Найсвіжіше відео 6 сезону [Електронний ресурс] / СТБ / Режим доступу: <http://xfactor.stb.ua/ua/> – Назва з екрана. – Дата доступу: 20.02.2016
11. [Електронний ресурс] // 1+1 / Режим доступу: <http://www.1plus1.ua/show/programy/inspektor-freymut-361559.html> – Назва з екрана. – Дата доступу: 24.02.2016.

#### Reference list

1. *Lotman, Yu. M.* (1992), Culture and Explosion, Gnozis, Izdatel'skaja grupa "Progress", 272 p.
2. *Kirillova, N. V.* (2005), Mediaculture: from Modern to Post-Modern, Academicheskij Projekt, 448 p.
3. *Ben'jamin, V.* (1996), Works of Art in the Epoch of Its Technical Producibility. Selected Essays, in Zdorovyi, Yu. A. (Ed.), Medium, Moscow, 240 p.
4. *McLuhan, H. M.* (2003), Understanding Media: The Extensions of Man, Zhukovskiy: "KANON-press-Ts", "Kuchkovo pole", 464 p.
5. *Bahtin, M. M.* (1986), Literary-Critical Articles, Hudozhestvennaja literatura, Moscow, 543 p.
6. *Mashchenko, I. Yu.* (2002), National and Cultural Revival of Ethnic Minorities of the Central Ukraine in the 90th of XX Century: PhD diss. (hist. sci), Cherkasy State Technological University, Cherkasy, 195 p.
7. *1+1* (2016), "Hellish kitchen", available at: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/pekelnna-kuhnya-1.html> (accessed 12.02.2016)
8. *1+1* (2016), "Make laugh a comic actor", available at: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/rozmishi-komika.html> (accessed 10.02.2016).
9. *1+1* (2016), "Vecherniy Kvartal", available at: <http://www.1plus1.ua/dyvitsya/programy/vechirniy-kvartal.html> (accessed 15.02.2016).
10. *X-Factor* (2016), "Most fresh video of the 6th season", available at: <http://xfactor.stb.ua/ua/> (accessed 20.02.2016).
11. *1+1* (2016), "A new inspector Freimut", available at: <http://www.1plus1.ua/show/programy/inspektor-freymut-361559.html> (accessed 24.02.2016).

#### Горчикова А. О.

**Развлекательные телепрограммы как выразитель медиакультуры глобального информационного пространства (на примере всеукраинских телеканалов)**

**РЕФЕРАТ.** В статье рассматриваются развлекательные телепрограммы ведущих всеукраинских телеканалов, которые с ходом глобализационных превращений информационного пространства превратились в одну из базовых платформ медиакультуры. Проанализирована современная ситуация в массовокоммуникативном пространстве, которая характеризуется повышением внимания именно к развлекательному контенту, таким образом увеличивается и роль такого рода программ в трансляции культурного опыта поколений и современных достижений. Подано общее виденье данного вопроса и на конкретных примерах проведен анализ современных тенденций к специфике подачи культурного фона и реализации творческого замысла за счет внедрения элементов культурных ценностей.

**Ключевые слова:** медиакультура; развлекательные телепрограммы; глобализация; информационное пространство; культурные ценности.

