

## АВТОРСЬКІ ПРОГРАМИ В КОНТЕКСТІ КОМЕРЦІЙНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Ірина Венгер

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,  
e-mail: ira.venger@gmail.com*

У статті проаналізовано особливості авторських програм в умовах комерційного телебачення. Зроблено спробу визначити медійні формати, що формують сьогодні український телевізійний простір.  
*Ключові слова:* автор, програма, жанр, формат, журналізм, комерційне телебачення.

На появу авторських програм впливають персоніфікаційні процеси у телевізійному просторі. Поняття *авторська програма* активно вживають як практики, так і теоретики журналістики. Проте, окремих наукових посібників і підручників, присвячених цьому феномену, немає, лише окремі фрагменти можемо побачити у деяких дослідженнях на інші теми. Більше про авторські проекти пишуть теоретики кіномистецтва.

Р. Ширман у своїй праці з телережесури активно вживає поняття *авторський фільм* і *авторська програма*. Зокрема, коли описує роботу відомого російського журналіста та ведучого Леоніда Парфьонова: “Він у своїх фільмах дозволяє собі більшу свободу: вилазить з ногами, наприклад, у подібне на шафу ліжко Петра I у якомусь голландському пансіонаті. Гуляє вулицями німецького міста з довгим веслом в руках (мовляв, такого зросту був російський імператор)” [7, с. 232–233]. Аби наважитись на такі витівки, – зауважує автор, – журналіст не лише має бути професіоналом, артистичним, з почуттям смаку, стилю та міри, а й працювати над авторським фільмом або авторською програмою [7, с. 233]. Ці два поняття згадані разом не випадково. Адже як у першому, так і в другому випадку перед автором телетвору стоять схожі завдання: знайти оригінальну форму подання матеріалу, розкрити тему через неповторність та оригінальність художніх образів, проявити на всіх етапах роботи творчу неповторність та особисте бачення певної проблеми, створити оригінальний продукт.

Однією з основних ознак авторської програми є особлива робота з фактами, яка передбачає їхню особисту інтерпретацію та пояснення. Фізика мікросвіту XX століття довела: спостерігач, від якого об’єкт абсолютно незалежний – ілюзія. Тому дуже часто характеристика об’єкта залежить від того, у який спосіб його досліджуємо. Фактологічна озброєність автора – надійне забезпечення для авторської журналістики. В. Шкляр визначає журналістський публіцистичний підбір фактів як творчий акт трансформування предметної реальності в елементи тексту [8, с. 51]. Факт не завжди повністю входить у текст, його наявність може бути часткова – лише окремий елемент. Аби факт став дієвою частиною матеріалу, потрібен певний суб’єкт, що відбере та

виокремить його. Цим суб'єктом у цьому випадку є журналіст. В. Шкляр пише, що згідно з “теорією настрою” (Д. Узнадзе) “властивість людини вибирати і сприймати інформацію значною мірою зумовлена “настроєм”, який сформувався у її свідомості” [8, с. 51]. Тому фактологічність того чи іншого матеріалу, конкретної програми є моментом суб'єктивним. І якщо для авторів, приміром, інформаційних програм неприпустима особистісна інтерпретація та пояснення фактів, то в авторських проектах – індивідуальний, персоналізований продукт лише вітається.

Не тільки різні методи роботи з фактами вирізняють авторську програму. Такий тип телевізійної творчості передбачає використання більшої кількості виражальних засобів. Теоретики телережисури говорять, що коли для інформаційних чи аналітичних програм оператору достатньо відзняти статичні кадри різної величини, щоб отримати потрібний відеоряд, то в авторських проектах не можна забувати про панорами, зміщення фокусу із складним внутрішньокадровим рухом [8, с. 234].

Ведучий авторської програми водночас є і її автором. Тут йдеться про ведучого-творця. У таких програмах яскраво виражене авторське я, образ автора максимально індивідуальний, можемо простежувати автобіографічного автора, позиція автора – суб'єктивна. Дослідник теле- і кінорежисури Р. Ширман розповідає про авторську програму “Страшна правда”. Її творець Майкл Мур – кінорежисер, але у студії він завжди “в образі”: “наївний і наполегливий дивак, правдошукач, велике дитя. І в цей же час – боєць, що вперто шукає неприємностей, ризикує щохвилино, як мінімум, отримати по обличчю (фізіономії)” [7, с. 326]. Ведучий подає звичні теми в особливому індивідуальному стилі. Один з випусків “Страшної правди” був посвячений швейцарським банкам, які, свого часу, приймали вклади керівництва нацистської Німеччини (такі вклади здійснювалися головню за рахунок пограбованих і знищених жертв Голокосту). У кадрі з'являється актор, переодягнений у Гітлера. Прогулюючись вулицями Женеви, він заходить у банки і просить касирів повернути йому раніше вкладені гроші. На здивування касирів і запитання, де ж документи вкладника, актор іронічно відповідає, що ніхто у нього документів не просив, коли він вкладав сюди свої гроші [7, с. 326].

З наведеного прикладу бачимо, що визначальною рисою авторської програми має бути передовсім особистість автора: його індивідуальний підхід до висвітлення тієї чи іншої теми робить можливим появу в ефірі персоналізованих програм. Для таких проектів характерний індивідуальний дискурс, активна авторська позиція та впізнаване авторське я.

Окремо потрібно розглянути активну громадську позицію автора-ведучого. Знаково, що персоналізовані творіння найчастіше з'являються саме у період непростой політичної ситуації в країні. Про це яскраво свідчить світовий журналістський досвід.

Період Великої французької буржуазної революції у пресі запам'ятовується як епоха “персонального журналізму”. У час революційного протистояння очільники політичного протистояння (якобінців) Максиміліан Робесп'єр та Жан-Поль Марат були водночас авторами, редакторами і видавцями газет “Захисник конституції” (Максиміліан Робесп'єр) і “Друг народу” (Жан-Поль Марат) [1, с. 36].

Від словосполучення *персональний журналізм* сьогодні зживаним залишився лише *журналізм*. Сучасне поняття не можна ототожнювати з тим, що воно означало у середині XVIII століття. *Журналізм* сьогодні має досить суперечливі трактування. Часто його вжи-

вають на позначення низькоякісної, непрофесійної журналістики. Зокрема, через появу у США *нового журналізму*. Непростими для цієї країни були 70-ті роки XIX століття: економічна риза, “уотергейський скандал”, відставка президента – все це вплинуло і на ситуацію в ЗМІ. У системі журналістських методів з’являються нові форми творчості: розслідування, прецизійна журналістика і новий журналізм. Якщо представники прецизійної журналістики відстоювали точність та об’єктивність матеріалів, то для публікацій прихильників нового журналізму був характерний суб’єктивізм, обов’язкова присутність авторської думки і елементів художнього домислу [1, с. 40]. Художній домисел з часом став вирішальним, ставши основою для появи так званої “жовтої преси”.

Сьогодні можемо говорити про те, що авторській програмі притаманний певний суб’єктивізм. Адже наскільки б журналіст не хотів об’єктивно передати інформацію, його особисте ставлення до події чи проблеми так чи інакше проявиться у телевізійному тексті: добором слів, наголосами, жестами, артикуляцією тощо. Коли йдеться про авторську програму, то виражальних засобів у автора значно більше. Він сам вибирає тему, підшукує учасників, розставляє акценти під час бесіди, відтак у його матеріалах значно більша суб’єктивна частина, ніж в інших, неавторських проектах.

Авторська програма, як будь-яка інша журналістська творчість, має бути чітко систематизована. Звичним для журналістської творчості є поділ на жанри. Місце авторської програми щодо жанрової системи досі чітко не визначене: чи можемо вмістити її у межі жанру, чи варто говорити про індивідуальний творчий проект як про набір конкретних жанрів?

Науковці визначають жанр як певну форму, у якій слухачеві, читачеві чи глядачеві подають підготовлений матеріал [4, с. 174]. Жанр є категорію змісту і форми. Для нього характерний певний спосіб організації матеріалу, чіткий набір структурно-композиційних засобів, особливості мови та стилю, конкретний об’єм інформації, свій рівень співвідношення фактів, різне призначення тощо [4, с. 174]. Розвиток жанрів відбувається у напрямі їхнього вдосконалення через взаємозбагачення та взаємопроникнення. Журналісти для втілення творчого задуму прагнуть максимально використати усі можливості жанру. Також розвиток жанру залежить від зміни сфери зацікавлень ЗМІ, яку часто визначає реципієнт. У якому стані той чи інший жанр, залежить від зацікавленості аудиторії у певний проміжок часу та в певному регіоні.

Вимоги до тележанрів постійно змінюються. Все рідше можемо спостерігати в ефірі “чисті” жанри. Це свідчить про те, що він уже не є вирішальною, а здебільшого синтетичною формою. У сучасних іноземних критиків, згідно з твердженням Л. Кульчинської, щодо категорії жанру є досить радикальні думки. Зокрема, дослідниця подає думки американських та англійських вчених, що протиставляють мистецьку і жанрову літератури, а саму жанровість розуміють як щось низьковартісне, примітивне, розраховане на масового споживача. Прихильники такого підходу пропонують протиставляти консервативне “жанрове” та творче “авторське” [3, с. 147]. Поняття жанру починають активно вживати в XIX столітті, у період індустріалізації, масового виробництва та появи нових засобів поширення інформації, тому деякі дослідники пов’язують жанр із виникненням масової культури, а жанрові закони, як-от повторювальні формули, із законами ринку [3, с. 148].

Л. Кульчинська згадує термін “авторизм”, що є американською назвою для кінознавчого підходу, який практикували французькі кінокритики-інтелектуали. Прихильники

авторизму трактували кіно як авторське мистецтво: “Незважаючи на колективний процес його виробництва та колективний механізм прийняття рішень, на студійну систему та певні закони виробництва, послідовники авторизму вважали режисера фільму еквівалентним авторові письмового тексту” [3, с. 151]. Цей підхід дискутував із жанровою теорією, розрізняючи масову культуру (жанр) та високе мистецтво (авторський твір).

Авторська програма є результатом індивідуального творчого процесу, тому не може бути категорією масової культури. На визначення жанру впливає зміст твору, тоді як для програми він не визначальний. Тому авторську програму не можемо поставити у ряд з відомими журналістськими жанрами. Ведучий-творець може обрати для втілення своїх ідей найрізноманітніші теми, форми і методи. Тому доцільніше говорити про авторську програму як про синтетичну форму, що може поєднувати різні жанри, але не залежати від жодного з них.

На думку Корнєєва В. М., подолати жанрову невідповідність може поняття медіаформату: 1) кінцевий продукт інформаційного виробництва, призначений для відтворення, тиражування, розповсюдження і продажу в незмінному вигляді; 2) система умов, об’єктивно та суб’єктивно сформованих допусків виробництва, поширення, обміну й функціонування масовокомунікаційного продукту в інформаційному просторі; 3) спосіб виробництва інформаційного продукту, що передбачає функціональність виробничої структури та її спрямованість на кінцевий результат [2, с. 23]. У масовій комунікації формат – певний тип процесу створення масовокомунікаційного продукту, який існує в межах певної форми або форм спілкування, і має забезпечити потрібну реакцію аудиторії [6, с. 33].

Термін формат часто вживають як журналісти-практики, так і теоретики журналістикознавства: О. Гоян, В. Шкляр, В. Різун, В. Демченко, О. Гриценко та ін. Корнєєв В. М. ділить формати на:

- ефірні (радіо- та телеформати),
- пресові (від щоденної газети до аналітичного видання та альманаху),
- формати агенційної журналістики, новинарства та інтернет-журналістики [2, с. 22].

Оскільки один окремих формат може поєднувати декілька різних жанрів і функцій, існує в межах конкретної форми спілкування, то можемо вважати авторську програму окремим телевізійним форматом. Його особливістю буде оперативна реакція на проблеми і зацікавлення суспільства, у межах його культурних, економічних й політичних особливостей.

Для того, щоб з’ясувати, яку частку ефіру сучасних українських каналів займають авторські програми, обрали сім загальноукраїнських каналів: чотири – з найвищими показниками рейтингу (“1+1”, “Інтер”, СТБ, ICTV), три – із значно нижчими показниками популярності (Перший національний, 5 канал, ТВі)<sup>1</sup>. Такий вибір телеканалів дасть змогу з’ясувати, як впливає рівень комерційності каналу на кількість авторських проєктів у його ефірній сітці і показати, чи кількість авторських програм в ефірному мовленні окремого телеканалу визначає його популярність.

Розглянемо, скільки авторських програм транслювали телеканали з найвищими показниками переглядів за тиждень з 15.04 до 21.04 2013р. Авторські проєкти зайняли

<sup>1</sup> Середні показники телеканалів за 4–10 березня 2013р., оприлюднені Інтернет-сайтом “Телекритика” // <http://www.telekritika.ua/ratings/2013-03-11/79872/19.04.2013>

9,5 % від решти програм, які транслював телеканал “1+1” впродовж даного тижня; “Інтер” мав менший показник – 7,7%; не зважаючи на велику кількість програм, що пропонував СТБ глядачам, авторських серед них не було; показник ICTV за визначений час: 23 різновиди програм, з них 0 авторських (табл. 1).

Таблиця 1

Назва каналу	Кількість телепрограм	Кількість авторських проектів	Частка авторських програм (%)
1+1	21	2	9,5
Інтер	13	1	7,7
СТБ	20	0	0
ICTV	23	0	0

Як видно з табл. 2, центральні загальноукраїнські канали транслюють дуже мало авторських програм. З двадцяти одного проекту, що показує “1+1”, значну частину виробляє студія “1+1 Production”. “Міняю жінку”, “Пекельна кухня”, “Голос країни” – куплені закордоном проекти і адаптовані<sup>1</sup> до українського глядача. “Вечірній квартал”, “Київ вечірній” – також придбані програми. Два авторські проекти – “Світське життя з Катериною Осадчою” і “Світ навиворіт з Дмитром Комаровим”, виготовляє телеканал “1+1”. Проте, порівняно із загальною кількістю програм, цей показник дуже низький.

В ефірі телеканалу “Інтер” також переважають “випробувані” формати. “Судові справи”, “Сімейний суд”, “Слідство вели” – програми створені на зразок відповідних російських проектів. Один авторський проект, який транслює Інтер, “Шустер Live” – виробляє не канал, а приватна телестудія Савіка Шустера.

Лідером з придбаних і адаптованих проектів є канал СТБ. Із 20 проектів, що транслює канал, 13 – створено на зразок закордонних (“Неймовірна правда про зірок”, “Зважені та щасливі”, “Слідство ведуть екстрасенси”, “Холостяк”, “Україна має талант” тощо). Канал не виробляє жодної авторської програми.

Схоже до інших формується й ефір ICTV. Частина програм – адаптовані формати (“Свобода слова”, “Провокатор”, “Дача”, “Максимум в Україні”), решта ефіру – серіали та випуски новин.

З цього видно, що у боротьбі за рейтинги провідні телевізійні канали швидше придбають уже готовий, успішний закордонний проект, аніж вкладатимуть кошти у неперевірену ідею власного співробітника. Більшу частину ефіру цих каналів займають розважальні соціальні програми. Проектів, які б розвивали і виховували глядача, майже немає. Авторські програми – рідкість. Здебільшого, вони вузькогалузеві (подорожі, зіркове життя, політика) та існують вже не перший рік. Автори і ведучі програм, що виходять на центральних каналах, з часом стають своєрідним брендом.

Щодо програм із нижчими показниками популярності, то у їхніх ефірах більше авторських програм (див. табл. 2).

<sup>1</sup> Адаптація – пристосування організмів, органів чуття до нових умов існування, до оточення [5, с. 24]

Таблиця 2

Назва каналу	Кількість телепро-грам	Кількість авторських проєктів	Частка авторських програм (%)
Перший національний	53	4	7,5
5 канал	42	4	9,5
ТВі	18	4	22,2

Телевізійні канали із меншим рейтингом впродовж тижня – з 15.04 до 21.04 2013р. показали по чотири авторські програми (Перший національний – “В гостях у Дмитра Гордона”, “Надвечір’я”, “Маю честь запросити”, “Шустер Life. Адреналін”; 5 канал – “Портрети з Сергієм Дорофєєвим”, “Кіно з Яніною Соколовою”, “Майстер-клас з Наталкою Фіщич”, “На перший погляд”; ТВі – “Jazz з Олексієм Коганом”, “Політклуб Віталія Портнікова”, “Тендер News з Наталією Седлецькою”, “Цивілізація 2.0.”).

Авторські проєкти на 5 каналі та ТВі – є результатом власного виробництва. Перший національний виготовляє лише одну із перерахованих програм. “Надвечір’я” виходить в ефірі державного каналу вже понад 20 років. Решту авторських програм Перший національний придбав. Для авторських проєктів усіх трьох каналів характерна різножанровість, вузькогалузевість, діалогічна форма та високий рівень персоніфікованості. Перший національний, 5 канал, ТВі мають меншу комерційну спрямованість, ніж “1+1” чи Інтер, тому придбаних, вже “випробуваних на успіх” форматів тут менше. Більшість контенту телеканалів виробляють самостійно. Найімовірніше на це впливає їхня низька купівельна спроможність, що, з іншого боку, дає можливість творити власні креативні проєкти. На Діаграмі 1 показано співвідношення авторських програм до загальної кількості проєктів центральних телеканалів.

Отже, у час комерційного телебачення кількість авторських проєктів не є визначальною для популярності телеканалу. Студії з вищими рейтингами часто мають меншу кількість авторських програм. Упродовж одного тижня (з 15.04. до 21.04 2013 р. р.) сім загальноукраїнських телеканалів показали 190 різних програм, з них авторських лише 15. Частка авторських проєктів в українському телепросторі дорівнює близько 7,9% (цифра приблизна, адже розглядаємо лише сім телеканалів) – Діаграма 2.

Такий показник може бути свідченням низької зацікавленості рейтингових каналів у виробництві авторських проєктів. Причин у цьому може бути декілька. Перша – “криза ідей”, працівники каналу малоініціативні і не пропонують власних програм. На те, щоб вигадати щось унікальне, потрібен час і досвід, а цього бракує працівникам сучасних ЗМІ. Друга причина – небажання телеканалу ризикувати. Надійніше придбати уже добре відомий продукт, що був популярним серед іноземної аудиторії, та переробити його для українського глядача.

#### Список використаної літератури

1. Ворошилов В. В. Журналістика : учеб. / В. В. Ворошилов. – 3-е изд. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 447с.

2. Корннєєв В. М. Перспективи дослідження медіаформату / В. М. Корннєєв // Актуальні питання масової комунікації. – 2008. – Вип. 9. – С.21 – 24.
3. Кульчинська Л. Поняття “кіножанру”: проблема дефініції / Л. Кульчинська // Наук. вісн. Київського ун-ту театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого : зб. наук. праць / за ред. О. І. Безгіна. – К. : Київський ун-т театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого. – 2010. – Вип. 6. – С. 143–156.
4. Моисеев В. Журналистика и журналисты / В. Моисеев. – К. : Дакор., 2002. – 400 с.
5. Новый тлумачний словник української мови / [уклад. В. В. Яременко, О. М. Сліпущко]. – Т.1. – К. : “Аконіт”, 2000. – 910 с.
6. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр “Прогрес”, 2008. – 260 с.
7. Ширман Р. Н. Алхимия режиссуры / Р. Н. Ширман. – К. : ЗАО “Телерадиокурьер”, 2008. – 448 с.
8. Шкляр В. Поетика журналістського тексту / В. Шкляр // Стиль і текст: зб. наук. праць. – К. : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка. – Вип. 1. – 2000. – С. 50 – 54.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13.

## **THE ORIGINAL PROGRAM IN CONTEXT OF COMMERCIAL TELEVISION**

**Iryna Venger**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,  
e-mail: ira.venger@gmail.com*

In the article are analyzed the features of an original program in commercial television. The media formats which have formed Ukrainian television today are determined.

*Key words:* author, genre, format, journalism, commercial television.

## **АВТОРСКИЕ ПРОГРАММЫ В КОНТЕКСТЕ КОММЕРЧЕСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

**Ирина Венгер**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Генерала Чупринки, 49, 79044, г. Львов, Украина,  
e-mail: ira.venger@gmail.com*

В статье проанализированы особенности авторских программ в условиях коммерческого телевидения. Сделана попытка определить медийные форматы, которые формируют сегодня украинское телевизионное пространство.

*Ключевые слова:* автор, программа, жанр, формат, журнализм, коммерческое телевидение.