

УДК 8.13.247

Г.В. Набокова

РОЗВАЖАЛЬНІ ПРОГРАМИ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ ЯК ІГРОВІ СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ

Соціально необхідною потребою функціонування сучасного суспільства є цілеспрямований процес акумуляції соціокультурного досвіду. Усе частіше у сфері суспільного життя включаються ігрові соціальні практики, відбувається взаємопроникнення ігрової діяльності й культури. У зв'язку з цим відчувається актуалізація феномену гри як різновиду фізичної й інтелектуальної діяльності, позбавленої безпосередньої практичної доцільності, проте такої, що надає індивідові можливість ре самореалізації поза рамками реалізації конкретних соціальних ролей [2; 377].

До широкого наукового обігу поняття гри було уведено нідерландським істориком і теоретиком культури Й.Хейзингою (праця «Homo ludens» – «Людина, що грає», 1938 р.) [10]. Гра в його інтерпретації постає важливим стереотипом сучасної культури, який динамізує різні сфери життєдіяльності суспільства й тому її правомірно вважати культурно-історичною універсальністю з великим творчим потенціалом. Гра характеризується світовою філософською думкою як форма реалізації людської свободи (Ж.П. Сартр), найвища пристрасть, властива духовній еліті (Х.Ортега-і-Гассет), самоцінна діяльність, що залучає індивіда до своєї орбіти як «вивищуючи його дійсність» (Г.-Г. Гадамер).

Гра є одним із засобів первинної соціалізації, сприяючи входженню нового покоління у людське співтовариство й одночасно сферою емоційно насиченої комунікації, що об'єднує людей з різним соціальним статусом та професійним досвідом. Елементи гри активно функціонують у різних сферах життєдіяльності суспільства, надаючи їм розважального забарвлення. Аналіз різних соціальних практик засвідчує наявність прямо пропорційної залежності між характером домінуючих у суспільстві інтелектуальних ігор і соціокультурними характеристиками людської життєдіяльності. У процесі дослідження сучасного стану медіа середовища й тенденцій розвитку вітчизняної медіакультури простежується тенденція активізації ігрової основи у дозвіллево-рекреаційній сфері життєдіяльності суспільства. Правомірно констатувати наявність розгалуженої мережі телевізійної ігрової індустрії в її численних комбінаціях, видах і жанрах. Елементи гри, як складові розважальності, вбудовуються у сучасний телевізійний простір, що дозволяє дослідникам кваліфікувати їх як нову культурну домінанту [5].

У процесі історико-мистецтвознавчих досліджень з'ясовано, що телевізійна гра реалізує своє розважально-пізнавальне призначення, задовольняючи духовні потреби глядача. За твердженням російського культуролога С.Шаумяна, видовище як багатоаспектне соціокультурне явище протягом тривалої просторово-часової еволюції розбудовується у напрямі своєї внутрішньої зрілості й реалізує потребу цілеспрямованої організації суспільства. Суперечливість трактувань зазначеного явища, теоретична недостатність його розуміння, на думку вченого, відбиваються не лише у теоретичних добутках, а й у телевізійній практиці [12].

Розважальну парадигму російської телекультури розглядає О.Курова в контексті ціннісних установок сучасної телевізійної культури. Описуючи її соціопсихологічне тло й причини його виникнення, автор відзначає, що народна захопленість розважальним потенціалом телевізійної гри може спричинити загострення негативних проявів егоїзму, гедонізму та споживацької психології [7].

За позитивною оцінкою О.Касаткіна, телевізійна гра, як феномен культури, є концентрованим утіленням фізичної, духовної й інтелектуальної діяльності людини з акцентом на публічну апробацію та демонстрацію її сутнісних сил. У рамках інтерактивної

комунікації реалізується єдність інтелектуальних зусиль й ігрової діяльності учасників телевізійного змагання з використанням сучасних технічних засобів і способів трансляції на масову аудиторію [5].

Російським культурологом Д.Буклансом здійснено аналіз деяких комунікативних аспектів гри КВК як явища сучасної масової культури. Його праця є особливо актуальною у зв'язку з активним розвитком засобів масової інформації в умовах стрімкої модернізації телебачення та мережі Інтернету у глобалізованому світі [1].

С.Жуковим на емпіричному матеріалі вивчено досвід телевізійних технологій організації реаліті-шоу у мас-медійному просторі Російської федерації, здійснено культурологічний прогноз подальшої реалізації рекреаційно-пізнавальної функції каналів телебачення у контексті розважальних форм телебачення [3].

Дисертація О.Невмержицької присвячена дослідженню процесу морального виховання підлітків за допомогою розважальних програм Центральних телевізійних каналів України. Встановлено, що розважальні програми за тривалістю займають провідні позиції на каналах «Інтер» і «1+1». За жанровими ознаками розважальні програми розподілилися на естрадне шоу, кулінарію, моду, гумор, шоу-бізнес, знаменитості, проблеми особистого життя, телевізійні конкурси, реальне телебачення. З виховної точки зору найбільшу тривогу викликають різноманітні телевидовища із світу шоу-бізнесу, гумористичні телеконкурси й реальне телебачення [8].

Більш глибокому осмисленню телевізійних розважальних програм сприяє дисертація Г.Кондратенко, присвячена проблемі формування творчої активності студентів педагогічного коледжу у процесі музично-сценічної діяльності. У результаті аналізу наукової літератури з'ясовано, що значні можливості для реалізації творчого потенціалу студентів педагогічного коледжу має музично-сценічна діяльність. Класифікація та визначення специфіки автором основних музично-сценічних форм дали підставу для висновку про ефективність театралізованих форм самостійної творчості у процесі формування творчої активності, таких як музичні вистави, капусники, музично-розважальні програми, КВК та їх модифікації (шоу-програми, музичні презентації, марафони, калейдоскопи, реву) тощо [6].

Триває стрімка модернізація технічної бази телебачення і в Україні, передовсім на основі цифрових технологій, а також завдяки новітнім розробкам у сфері нейролінгвістики тощо. Не викликає сумнівів, що дослідження подальшого розвитку вітчизняного телебачення буде й у подальшому актуальним та практично корисним. На нашу думку, в історіографії досліджуваної проблеми є ще чимало нез'ясованих актуальних аспектів на ниві телебачення як культурного й суспільного феномену, передусім у контексті процесів масової комунікації. Взагалі не так багато наукових праць українських дослідників. В основному це статті, присвячені даній проблемі або торкаються її (О.Зирін [4], О.Непом'яща [9], Н.Чечель [11] та ін.).

Метою даної статті є аналіз особливостей практикування розважальних програм на українському телебаченні як ігрових соціальних практик.

Значної популярності серед різних категорій телеглядачів у нашій країні набули телевізійні ігри-вікторини. Першими з них стали загальносоюзні (в СРСР) молодіжні передачі «ВВВ» («Вечір веселої вікторини»), започаткованої напередодні Міжнародного фестивалю молоді і студентів у Москві (1957 р.). Їх організація мала сприяти формуванню якісно нової культури спілкування масової телеаудиторії (у тогочасній союзній столиці налічувалось вже понад 4 мільйонів глядачів). У художньому відношенні конкурси «ВВВ» естетизувалися оригінальними естрадно-розважальними номерами [13; 93].

Форму «ВВВ» хоча вже за іншої змістовної наповненості, успадкував популярний і донині цикл передач «КВН» («Клуб веселих і найкмітливіших») ¹, уперше випущений в ефір Центральною студією телебачення Радянського Союзу у листопаді 1961 року. Авторами цієї неординарної передачі стали телевізійні постановники А.Аксельрод, С.Муратов та

М.Яковлев. Офіційна влада неодноразово критикувала ентузіастів нового мислення за відверту критику застійних соціальних явищ, але, незважаючи на це, посилення розважальної складової радянського телебачення – як засіб підвищення його загальної привабливості для глядачів – вважалося одним із важливих завдань державної політики в цій галузі [14]. Він і донині залишається вдалим поєднанням елементів пізнавальності й розважальності, школою формування критичного мислення телеглядачів, прищеплення їм сучасних комунікативних знань і навичок.

Дітям 70-80-х рр. бракувало цікавих розважальних передач, тому вони охоче споглядали сценічні колізії телевізійного театру мініатюр «Тринадцять стільців»; передач «Артлото» й «Алло, ми шукаємо таланти!».

У подальшому до створення вітчизняних розважальних телепрограм залучалися різні редакції: у 1987 р. – редакція телемовлення на Київ і область; у 1988 р. – редакція передач для дітей та юнацтва; 1989 р. – редакція науково-популярних та навчальних програм. Причому практикувалося чергування «серйозних» та розважальних передач. Кількісне зростання головних редакцій Генеральної дирекції програм УТ у першій половині 90-х рр. здійснювалось шляхом подрібнення функцій вже існуючих на УТ творчих підрозділів. Зокрема, від музичної редакції відгалузились дві редакції: народної творчості й розважальних програм.

Зі створенням НТКУ вималювалися два повноцінні за обсягами республіканські телевізійні канали: УТ-1 та УТ-2. Структурно та функціонально Перший канал засновувався як інформаційний, громадсько-політичний й розважально-спортивний, Другому ж надавалося культурно-освітнє значення.

«Караоке на майдані» – один із найбільш рейтингових розважально-телевізійних проєктів у сучасній Україні, виходив в ефір протягом 10 років. До запуску в Україні цей формат йшов у Росії три роки на каналі «31» (лютий 1997 р. – кінець 1999 р.). Українськими співавторами «Караоке на майдані» стали І.Кондратюк і А.Козлов. Цю телепередачу започатковано у січні 1999 р. на телеканалі «Інтер», пізніше (з 2007 р.) вона транслювалася каналом «1+1», а з грудня 2009 р. виходить на каналі СТБ. Кожному переможцеві цієї передачі надається можливість взяти участі у підсумковому пісенному конкурсі «Ікс-Фактор», заохочуючи цінним подарунком.

Логічним продовженням зазначеного телепроєкту стало музичне шоу «Шанс» з ведучими А.Кузьменко та Н.Могилевською, учасників якого до презентабельного виходу на сцену чекають професійні стилісти, візажисти та продюсери. Кожен з учасників в оригінальному сценічному образі має виконати одну конкурсну пісню.

Превалюючим розважальним ток-шоу є також телевізійна програма «Ще не все», що транслювався на Новому каналі разом із телепроєктом «Фабрика зірок-3», присвячена обговоренню подій та конкурсантів на проєкті і є характерною прямим обміном судженнями й оцінками телеглядачів у телеефірі. Це ток-шоу на сьогодні посідає перші рядки рейтингів і має широку глядацьку аудиторію та користується популярністю.

Новий канал у рамках телепроєкту «Фабрика зірок-3» надає можливість порушення проблемних питань членами журі, ведучим та музичним продюсером телепроєкту. У програмі беруть участь 10 осіб, відібраних до фінального концерту з подальшим визначенням переможця. Особливістю нового інтерактивного розважального шоу стануть дзвінки телеглядачів, які можуть висловити свою думку про виступ того чи іншого конкурсанта.

Кожен телевізійний канал прагне урізноманітнитись високо рейтинговими розважальними програмами для молоді, які є найбільш потужним комунікативним засобом з великими функціональними можливостями, позначеними єдністю пізнавально-виховного й дозвілєво-рекреаційного, адресованими передовсім молодіжній аудиторії. Творча та технічна складові розважальних програм для молодіжної аудиторії розвинулися до такого рівня їх структурування, що дозволяють реалізовувати величезний досвід, виховний

потенціал, впливаючи одночасно на емоційну й раціональну сторони особистості опосередковано, спираючись на мимовільну увагу телеглядача. Структурними елементами цих програм є ігрова діяльність, ігрова свідомість, ігрові відносини, відкритий фінал як пропонований додатковий структурний елемент. Виникає необхідність вишукувати нові концептуальні підходи до виховного впливу телевізійних дозвіллево-розважальних програм на молодіжну аудиторію [5].

У вихідні дні телеканалами «1+1» і СТБ транслюються здебільшого спортивні програми, «Інтером» – музично-розважальні, «Новим каналом» – дитячі, ICTV – дозвіллево-пізнавальні. Найбільшу увагу розважальним програмам та розважальним художнім фільмам приділяють ICTV і «Новий канал». Назріла об'єктивна потреба продукування якісно нового покоління пізнавально-освітніх телевізійних програм для дітей із розважальною забарвленістю.

Досліджуючи КВН як феномен сучасної масової культури міжнародного масштабу у телеєфірі колишніх радянських республік, російський культуролог Д.Букланс підкреслює умовну територіальність цієї гри, привабливість її для різних професійних та вікових категорій гравців і глядачів, сприяючи їх інтелектуальному розвитку засобами сатири і гумору, формуючи особливий світогляд, життєсприйняття і стиль життя за допомогою телевізійних комунікацій [1]. Усталені розважально-музичні шоу за участю зірок естради доповнюються якісно новим жанром «реаліті-шоу», що прийшов до нас зі США й Великої Британії і основою якого є розважальна література, кінофільми, призначені задовольняти культурно-світоглядні потреби сучасної масової аудиторії. На прикладі програм «Реаліті» видно як інтенсивний пошук веде сучасне телебачення у надії визначити ту модель, змістовну й економічну, у руслі якої воно буде розбудовуватися надалі.

Значну частку сітки мовлення телеканалів-лідерів становить не лише розважальний, а іноземний розважальний продукт. У зв'язку з цим слід зауважити, що відчутну небезпеку у подальшому якісному розвитку вітчизняних телевізійних каналів є вестернізація – процес некритичного запозичення цінностей західної культури народами, історично не включеними в орбіту західної цивілізації. Вона розпочалася спонтанно як природне продовження епохи капіталізму й продовжує існувати на якісно іншій основі – як вплив розвинутіших в економічному відношенні країн на менш розвинуті. Відтак вестернізація дедалі постає складником процесу культурної експансії. Типовим її проявом є витиснення на кіно- і телеекранах вітчизняної продукції європейських, а потім латиноамериканських і азійських країн американськими бойовиками та вестернами.

Загроза вестернізації полягає у нехтуванні сучасною молоддю цінностями своєї національної культури, традицій і звичаїв батьків. Тому слід вважати шкідливим засилля на вітчизняних телеканалах сумнівної якості іноземного розважально-інформаційного продукту. Така «розважалівка» посилено імплантує чужий українській народній ментальності культ наживи, насильства, сексуальної вседозволеності, тоді як у США, найпотужнішому експортерві художніх фільмів та розважальних програм, здійснюється суворий контроль за змістовим та візуальним наповненням телевізійної продукції, трансльованої у некодованому ефірі. Для захисту дитячої свідомості від «патогенного» телевпливу тут запроваджено систему електронних чіпів, які вимикають телеприймач у передбачений відповідним кодом момент з метою унеможливлення засмічування дитячої свідомості соціально й морально небезпечною інформацією.

Зазначене стосується й засилля на українських телеекранах стандартно-спримітизованих детективних серіалів. Тому керівникам державних й комерційних вітчизняних телеканалів слід особливу увагу звернути на продукування й трансляцію високоякісних за змістом й привабливих за художніми формами телевізійних фільмів та розважально-пізнавально-виховних програм. Адже не секрет, що, зокрема, російські концертні телевізійні програми майже завжди цікавіші, привабливіші, захопливіші.

Таким чином, стає зрозумілим, наскільки складним і неоднозначним виявляється

визначення терміна «розважальна програма». Тож маємо підстави зробити наступний висновок: категорії дослідження культурно-розважальної парадигми на телебаченні диктуються сукупністю підходів до аналізу соціального контексту, в якому формується попит на передачу, її маркетингового просування та перспектив. Відтак передачу не можна назвати розважальною, виходячи лише з однієї з перерахованих вище ознак – а якщо ні, то не знайдемо між ними нічого загального. Тому актуальним залишається формування адекватного сприйняття сучасної телевізійної культури, що відповідає уявленню про неї як засобу доступу до необхідної інформації й одну зі сфер дозвілля, причому таке сприйняття припускає усвідомлення всієї серйозності впливу телевізійної культури на систему цінностей і психіку людини.

Примітки

¹ Аббревіатура КВН походить від назви радянського телевізора «КВН-49», що утворилась із перших літер прізвищ його конструкторів: Кенігсона, Варшавського й Ніколаєва.

Список використаної літератури

1. **Букланс Д.Г.** КВН как феномен современной массовой культуры: коммуникативные аспекты: автореф. дис... канд. культурологии: спец. 24.00.01 – «Теория и история культуры» / Д.Г. Букланс. – Киров, 2010. – 19 с.
2. **Жбанков М.Р.** Игра / М.Р. Жбанков // Всемирная энциклопедия: Философия. – М.: Харвей, Современный литератор, 2001.
3. **Жуков С.Г.** Реалити-шоу в социокультурном пространстве массовой культуры: автореф. дис... канд. культурологии: спец. 24.00.01 – «Теория и история культуры» / С.Г. Жуков. – Краснодар, 2009. – 22 с.
4. **Зирін О.** Телебачення видовищ в Україні: реалії сучасного стану / О.Зирін // Культура і мистецтво у сучасному світі. – К., 2003. – Вип. 4. – С. 126–132.
5. **Касаткин О.В.** Досугово-развлекательные телевизионные программы для молодежи как явление молодежной субкультуры: автореф. дис... канд. культурологии: спец. 24.00.01 – «Теория и история культуры» / О.В. Касаткин. – М., 2010. – 34 с.
6. **Кондратенко Г.Г.** Формування творчої активності студентів педагогічного коледжу в процесі музично-сценічної дії: автореф. дис... канд. пед. наук: спец. 13.00.02 – «Теорія та методика музичного навчання» / Г.Г. Кондратенко; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2007. – 19 с.
7. **Курова Е.Г.** Российская телевизионная культура: анализ современной ситуации: автореф. дис... канд. филос. Наук: спец. 24.00.01 – «Теория и история культуры» / Е.Г. Курова; Юж. федер. ун-т. – Ростов-н/Д, 2008. – 26 с.
8. **Невмержицька О.В.** Розважальні програми центральних каналів телебачення України як чинник морального виховання підлітків: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.07 / О.В. Невмержицька; Херсон. держ. ун-т. – Херсон, 2006. – 20 с.
9. **Непом'яца О.В.** Основні тенденції у розвитку розважальних програм на телебаченні / О.В. Непом'яца // Національний пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – Наук. зап. – К., 2000. – Т. 36. – Ч. 4: (педагогічні та історичні науки). – С. 215-223.
10. **Хейзинга Й.** Homo Ludens; Стаття по истории культуры / Й.Хейзинга; Пер., сост. и автор вступ. ст. Д.В. Сильвестрова. – М.: Прогресс – Традиция, 1997. – 416 с.
11. **Чечель Н.П.** Повертаючи стиль: філософсько-антропологічний дискурс української видовищної і драматичної культури: від початків до XVIII ст.: Монографія / Н.П. Чечель. – К.: Вид. ПАРАПАН, 2004. – 240 с.
12. **Шаумян С.С.** Генезис зрелищной культуры от истоков до зрелости (XVIII в.): Западная Европа и Россия: автореф. дис... канд. ист. наук: спец. 24.00.01 – «Теория и

история культуры» / С.С. Шаумян. – М., 2001. – 19 с.: РГБ ОД, 61 02-7/99-2

13. **Юровский А.Я.** ТелеВидение – поиски и решения: Очерки истории и теории советской телевизионной журналистики / А.Я. Юровский; изд. 2, доп. – М.: Искусство, 1983. – 215 с.

14. **Янішевський С.О.** КВН як соціокультурне явище: генеза, історія розвитку, сучасний стан: дис... канд. іст. наук : спец. 17.00.01 – «Теорія та історія культури» / С.О. Янішевський. – К., 2004. – 19 с.

Резюме

Аналізуються особливості розважальних програм на українському телебаченні як ігрових соціальних практик, визначається місце українських розважальних програм у національному телевізійному просторі.

Ключові слова: розважальні програми, українське телебачення, телевізійний простір, гра, видовище, телевізійні ігри, ток-шоу, реаліті.

Summary

Nabokova G.V. The entertaining programs on the Ukrainian TV as the game social practices

The features of the entertaining programs on the Ukrainian TV as the game social practices are analyzed, the place of the Ukrainian entertaining programs in the national television space is defined in the article.

Key words: entertaining programs, the Ukrainian TV, television space, game, show, television games, talk show, reality.

Аннотация

Анализируются особенности развлекательных программ на украинском телевидении как игровых социальных практик, определяется место этих программ в национальном телевизионном пространстве.

Ключевые слова: развлекательные программы, украинское телевидение, телевизионное пространство, игра, зрелище, телевизионные игры, ток-шоу, реалити.

Надійшла до редакції 7.10.2013 р.