

## **ЖАНРОВІ ФОРМАТИ РОЗВАЖАЛЬНОЇ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ КУЛЬТУРИ**

У статті характеризуються розважальні жанри на українському телебаченні, визначаються засоби досягнення ефективності телевізійної комунікабельності з глядачем.

*Ключові слова:* культура, телевізійна культура, жанр, жанрові формати, розважальність, видовище, ток-шоу, реаліті-шоу, гра.

В статье характеризуются развлекательные жанры на украинском телевидении, определяются средства достижения эффективности телевизионной коммуникабельности со зрителем.

*Ключевые слова:* культура, телевизионная культура, жанр, жанровые форматы, развлечение, зрелище, ток-шоу, реалити-шоу, игра.

The entertaining genres on the Ukrainian TV are characterised in the article, the means of the achievement of the efficiency of the television communication with the spectator are defined.

*Key words:* culture, television culture, genre, genre formats, entertainment, show, talk show, reality show, game.

Конкурентоспроможність вітчизняного ТБ тісно пов'язана з жанровим різноманіттям. Потенціалом властивих йому жанрів – телевістави, телефільму, ексклюзивних інтерв'ю з видатними діячами культури і мистецтва – воно сприяє формуванню художньо-естетичних смаків масової аудиторії. Жанровий формат, за концептуальною характеристикою А. Оборської, є поетичною конфігурацією, пов'язаною з трьома ознаками: форматом теленовін, репортажу, коментарів, дискусій; форматом розважальних програм, телемостів, Reality форматом культурних програм, філософських, наукових і політичних диспутів. Вони є структурними підрозділами одного виду ТБ, але пов'язані з тим, що перший дає об'єктивістську, другий – ігрову, третій – діалогічну модель. Діалог, гра, факт – складові жанрових формотворень [9].

У процесі дослідження сучасного стану медіасередовища й тенденцій розвитку вітчизняної медіакультури простежується тенденція вивчення ігрової основи розважальної телевізійної культури. С. Акінфієв, С. Жуков, О. Касаткін, О. Невмержицька, М. Недопитанський та інші. правомірно констатують наявність розгалуженої мережі телевізійної ігрової індустрії в її численних комбінаціях, видах і жанрах.

Комплексний морфологічний, інституціональний й змістовний аналіз реаліті-шоу у контексті сучасного культурологічного знання дозволив С. Жукову розкрити специфіку цієї жанрової форми як особливого соціокультурного простору феномена масової культури, виокремити й

узагальнити перспективні тенденції його розвитку як інформаційно-семантичного знаряддя сучасної телевізійної комунікації, котра активно впливає на формування соціокультурних потреб молоді [3]. Дослідником вивчено досвід телевізійних технологій організації реаліті-шоу у мас-медійному просторі Російської федерації на обсяговому емпіричному матеріалі, здійснено культурологічний прогноз подальшої реалізації рекреаційно-пізнавальної функції каналів телебачення в контексті розважальних форм телебачення [3].

Дисертаційна робота О. Невмержицької присвячена дослідженню процесу морального виховання підлітків засобами розважальних програм центральних телевізійних каналів України. Визначено ціннісний потенціал сучасних розважальних програм українського ТБ, запропоновано їхню класифікацію у відповідності з наявним виховним потенціалом. За жанровими ознаками телевізійні розважальні програми диференціюються на естрадні шоу, кулінарні телепрезентації, покази моди, гумористичні та шоу-бізнесові програми, тематичні телевізійні конкурси, «реаліті-шоу» тощо [7].

За позитивною оцінкою О. Касаткіна, телевізійна гра як жанр тележурналістики є концентрованим утіленням фізичної, духовної й інтелектуальної діяльності людини з акцентом на публічну апробацію та демонстрацію її сутнісних сил. У рамках своєї ідентичної інтерактивної комунікації реалізується єдність інтелектуальних зусиль й ігрової діяльності учасників телевізійного змагання з використанням сучасних технічних засобів і способів трансляції на масову аудиторію [6].

Незважаючи на наявність мистецтвознавчих та культурологічних розробок, присвячених історії й сучасному розвитку телебачення, продовжує залишатися актуальною проблема визначення жанрових форматів розважальної телевізійної культури. Розв'язанню цієї задачі підпорядкована й дана стаття.

Засоби масової комунікації сприяють залученню мільйонів людей до універсального культурного досвіду з його різноманітними телевізійними жанрами. Значного поширення на українському телебаченні набув жанр інфотейнменту [англ. INFOrmation (інформація) + enterTAINMENT (розвага)] з властивим йому поданням серйозної аналітичної інформації у супроводі елемента екранної анімації, музичного супроводу та інших стереотипів розважальності. Ідейні опоненти зневажливо ставляться до таких програм, називаючи їх «щасливими новинами» (happy news) або «макулатурою» (trash TV).

Типовим зразком такої програми в жанрі інфотейнменту було у свій час щотижневе суспільно-політичне шоу «Свобода на "Інтері"». Уперше в історії вітчизняного телебачення (за задумом авторів цього проекту) глядачі стали співучасниками обговорення гострих суспільно-політичних питань без посередництва ведучого-журналіста. У незвичній для себе ролі телеведучого (спікера) спробували себе відомі українські політики.

Зазначений жанровий формат, супроводжуваний гострими дискусіями й прямим опонуванням, привабив велику кількість телеглядачів, які за

ординарних умов не зацікавилися б складними громадсько-політичними проблемами. Аналіз значного обшину фактичного емпіричного матеріалу дозволив зробити висновок про те, що чим активніше телеглядачі під час перегляду суспільно-політичних передач будуть зорієнтованими на розваги, тим розважальнішою вважатимуть вони політику як справу малосерйозну.

Ток-шоу (англ. talk show від talk – говорити + show – показ) – це телевізійне обговорення будь-якої проблеми, в якому беруть участь запрошені до студії глядачі. Ток-шоу диференціюється за тематичною змістовністю та адресною спрямованістю (жіночі, молодіжні, сімейні, громадсько-політичні й інші різновиди). Сценарист і режисери – постановники таких програм, формуючи предмет дискусії, повинні кваліфіковано враховувати соціально-демографічні характеристики телевізійної аудиторії: вік, стать, освіту, соціально-професійну приналежність, місце проживання, сімейний стан тощо. Належним рівнем фахової компетентності й високою комунікабельністю має характеризуватися ведучий. Не пропонуючи готових висновків та рішень, майстерно актуалізувати проблему й робити її значущою не тільки для студійних учасників програми, а й для широкого глядачевого загалу.

Стилістика сучасного телеефіру є внутрішньо спорідненою з видовищем, причому навіть статичні за своєю жанровою логікою випуски новин тяжіють до моделювання інформаційного дійства. Видовищно збагачується телевізійна публіцистика, набуваючи жанровості ток- та реаліті-шоу. Сучасний авторитетний телеканал продукує одночасно декілька ток-шоу, охоплюючи різні сфери суспільно-політичного життя. Зважаючи на розмаїття ідеологічних цілей та маркетингових завдань у денному ефірі транслюють ток-шоу для домогосподарок і пенсіонерів, шкільної та студентської молоді, тоді як у нічні години – для інтелектуалів. У даному випадку менеджери свідомо погоджуються із збитковістю програмного телевізійного виробництва, оскільки нічна аудиторія є нечисленною й бракує реклами для самоокупності. Проте актуалізується іміджевий аспект проблеми. Ретельно продумана тема і якісно підібране коло учасників теледискусії спроможне шляхом резонансу (наприклад цитування цікавих думок у пресі) надати телеканалу вигідного образу-осередку інтелектуальної еліти; відтак формується імідж інтелігентного та стильного телебачення.

Щасливий кінець є характерним для різних ігрових форм шоубізнесу як запорука їхньої успішності в умовах ілюзованої втечі від соціальної реальності. У просторі сучасних телешоу виокремлюється кілька субструктур: діалогічні видовища, ток-шоу, ігрові видовища, ігрові шоу та постановчі шоу. Ток-шоу не лише розважають, а й сприяють актуалізації проблем сучасного суспільного життя у сферах політики, економіки, реклами, спорту, музики тощо. Це передовсім діалог, привабливість якого полягає у плідній полемічності. Найціннішим у цьому соціокультурному феномені, за твердженням професора В. Здоровеги, є прагнення віднайти зерно істини, певний повчальний момент, спільний знаменник унаслідок зіткнення різних поглядів [4, 140].

М. Недопитанський підкреслює деякі особливості етико-естетичного сприйняття феномена ток-шоу:

1. Принадність ток-шоу зумовлена передовсім ілюзією причетності аудиторії до обговорення актуальної проблеми. Стежачи за дійством, глядач підсвідомо асоціює себе з учасниками діалогу: «Я теж міг би так висловитися»; «ні, не згоден з такою думкою». Студійна масовка створює ефект віртуальної присутності під час запису програми. Немовби зникає невидима перепона, що розділяє глядача й диспутантів. Тому запрошені на запис «волонтери» мають проходити коректний негласний відбір (частіше вживається модне іншомовне слово «кастинг») з метою продуманого розміщення гостей, яке сприяло б створенню зацікавленої атмосфери. До того ж має вагоме значення вміння режисерів та операторів вихоплювати зосереджені й вдумливі вирази обличчя для підсилення відчуття співпереживання.

2. Телевізійне ток-шоу задовольняє потребу аудиторії у спілкуванні. Загальновідомо, що не завжди у певному комунікабельно-культурному середовищі щастить зустріти цікавого співбесідника, з яким можна обговорити дещо актуальне чи поділитися наболілим. Ток-шоу надає таку можливість, щоправда віртуальну. Комунікативний аспект жанру має надзвичайно велике суспільне значення, адже завдяки йому телебачення спроможне привертати увагу громадськості до важливих громадсько-політичних проблем, впливати на суспільні процеси, формувати громадську думку. По суті, ток-шоу замінює сумнозвісне перешіптування на домашній кухні, добре відоме за радянських часів. Відтак, комунікативність жанру сприяє подальшій демократизації суспільства. Спостерігаючи за телевізійним диспутом, глядач прилучається до цінностей сучасної комунікативної культури, стає розкутішим у висловленні своїх думок. У його свідомості виникає розуміння цінності консенсусу й потреба пошуку нових можливостей його досягнення.

3. Часто автори надають програмі штучної скандальності, створюючи ситуації «театру абсурду», супутні прищепленню глядачам не кращих людських якостей, зокрема цинізму, дволикості, лукавства тощо; останні у такий спосіб легалізуються й виправдовуються їх існування у соціальній дійсності. Психологи пояснюють популярність скандальної ознаки ток-шоу підсвідомим прагненням аудиторії виконувати роль судді. Часом пересічному глядачеві імпонує позиція стороннього спостерігача за певною життєвою колізією. Зазначене може нагадувати й добре відоме побутове пліткування або ж балаканину на дозвіллі. Проте чужа драматична ситуація змушує замислитися над конкретними життєвими цінностями, скоригувати свою поведінку. Можливо, саме в цьому криється сутність стандарту «ТБ з людським обличчям», про який полюбляють розмірковувати телевізійні менеджери. Скандальність у ток-шоу – питання неоднозначне; його розв'язання залежить від рівня моральної та естетичної культури [8].

Таким чином, жанр ток-шоу – не забаганка менеджерів, а соціально й психологічно умотивоване явище, важлива ознака поглиблення комунікативності суспільства.

Інший популярний жанр – реаліті-шоу (reality show), запозичений з сучасної соціальної психології. Телевізійники лише винесли в ефір те, що досліджувалося з науковою метою, додавши йому режисерського антуражу. У свій час британська медіакорпорація Бі-бі-сі замовила вченим експеримент на з'ясування психологічних корекцій людини в екстремальних умовах. Групу добровольців було розділено на «ув'язнених» та «наглядачів» і взято під нагляд в обмеженому лабораторному просторі, який нагадував в'язницю. Експеримент припинили достроково, оскільки «наглядачі» занадто вжилися у свою роль й почали вдаватися до відвертого садизму. Проте така рольова гра дала можливість по-новому поглянути на природу влади. Телепродюсери взяли ідею еволюції людської психології під впливом зовнішніх обставин на озброєння, замислюючись над тим як саме змінюється людина, щоб упередити небажані життєві конфлікти та колізії. Зазначене зумовило появу жанру реаліті-шоу.

Філософія реаліті-шоу ґрунтується на бажанні проникнути крізь межу відокремлення приватного від публічного. Споріднений з документальним кіно, цей телевізійний жанр є невід'ємною складовою відкритого інформаційного суспільства та своєрідною соціокультурною моделлю сучасного суспільства. Примітним у цьому відношенні може бути проект телеканалу «Інтер» під рубрикою «Весілля». Масова глядачів аудиторія споглядала справжнє весільне дійство: з народним колоритом, розмовами про життя, витрати на застілля й фінансове забезпечення майбутньої молоді сім'ї. Відбулася широка дискусія про нагальні життєво-побутові проблеми. Такі телевізійні програми жанру цілком правомірно вважати також дієвим засобом непримусової регуляції громадської думки.

Зі своєю суспільною значущістю реаліті-шоу є потужним засобом оптимізації групової свідомості сучасної молоді. Низка оригінальних проектів телеканалу «1+1» («Останній герой», «Стати зіркою», «Народний артист» та інші) захоплюють молодіжну аудиторію неординарністю вчинків й життєвою успішністю яскравих особистостей («їм пощастило, тоді, може, й мені усміхнеться доля»), вчать науки виживання.

Однак жанровість реаліті-шоу до певної міри легалізує непривабливі ознаки людської психології: дволикість (коли запрошені артисти публічно засуджують відсутнього партнера, засвідчуючи «синдром Іуди»), цинічний прагматизм (відверте нехтування загальнолюдськими нормами) тощо. Найголовнішим же є те, що креативна інтрига, яка розвивається за сценарною антитезою «герой – антигерой», спонукає до нестандартних роздумів, до критичного осмислення власних вчинків, актуалізує фактор особистої автономності ситуації морального вибору.

Спільним для розвитку сучасного професійного спорту і телебачення є їхня професіоналізація, інституалізація та комерціалізація. Комерціалізація означає трансформацію спорту у прибутковий канал бізнесу. Ще у ХІХ

столітті з приводу перемоги у двобої, наприклад боксерів, робилися ставки, подібно до кінських забігів на іподромах. У ХХ столітті з метою укладання багатомільйонних ставок створювалися легальні й підпільні тоталізатори. Засновано численні місцеві та міжнародні фонди сприяння спортові. Телевізійні трансляції спортивних змагань, футбольних матчів та хокейних зустрічей, чемпіонатів з фігурного катання задовольняють природні потреби глядачів. Наприклад, телевізійну трансляцію двобою Віталія Кличка з англійцем Д. Чісопрою у лютому 2012 року дивився кожен п'ятий українець. Цей бій став рекордним з-поміж показів боксерських поєдинків з останніх дев'ять років. Інший рекорд було поставлено телевізійним фільмом про братів Кличків «Бути бездоганим», який показали в Україні перед боєм. Проект став найрейтинговішим документальним фільмом на українському телебаченні аудиторією 18+.

Документальні реаліті-шоу представлені передовсім телевізійною рубрикою «Суд іде», змістовно наближених до реального судочинства. Студійними учасниками цих передач є суб'єкти, переконані у своїй правоті, позивачі й відповідачі з фіналом у вигляді традиційного рішення суду. Уперше в світі судові реаліті-шоу були започатковані американським каналом ТВ й відтоді стали надзвичайно популярними. Телепоказ же реального суду над зіркою футболу темношкірим О. Симпсоном збентежив усіх громадян США. Причому більшість американських негрів вважали, що Симпсон не винний у вбивстві своєї білої дружини, а білі – що він винуватий. Око телекамери, фіксуючи подію з максимальною правдоподібністю, робить судову дію своєрідним спектаклем [5, 309-310]. Телевізійні глядачі російського каналу НТВ й вітчизняного «Україна» сприймають учасників передачі справжніми учасниками судового процесу, ставлячись до екранних колізій як до цілком реальних, з адекватною гамою почуттів. Вони без вагань ідентифікують себе з будь-якою із сторін, які сперечаються, оскільки багато хто з них раніше опинявся у подібних ситуаціях. До певної міри це нагадує телегру: судові змагання відбуваються під наглядом судді-ведучого.

У медичних же реаліті-шоу ролі лікарів і пацієнтів виконують актори, тоді як сценарії пишуться за реальними історіями хвороб. Причому сюжетна лінія кожного випуску є досить простою: пацієнт приходиться до лікаря, викладає свої скарги, той ставить діагноз і призначає лікування. Медичні проблеми часто виявляються переплетеними з людськими.

Найпоширенішими формами такого сучасного телевізійного жанру, як телевізійні ігри, є різноманітні конкурси та вікторини: музичні, спортивні, історико-краєзнавчі, професійні тощо. Слід особливо зауважити, що у березні 2012 року. Президентом України був підписаний закон, який забороняє трансляцію з платними інтерактивними конкурсами, іграми та вікторинами. Тому на українських телеканалах більше не буде програм, спонсори яких пропонують виграш у грошовій або майновій формі за особисту перемогу в обмін за платні дзвінки чи повідомлення. Ця заборона не поширюється на трансляцію розиграшу лотерей, творчих конкурсів і спортивних змагань, де практикується грошовий виграш. Норми зазначеного закону не стосуються

телеканалів з обмеженим доступом. Але такі передачі обов'язково мають супроводжуватись рухомих рядком-попередженням, обсягом не менше 20% площі телеканалу [10].

З точки зору жанрово-тематичної приналежності шоу-ігор можна виділити музичні, спортивні, інтелектуальні, професійні тощо. Телевізійна ігрова програма дає можливість засвідчити свій інтелектуальний рівень, спритність та винахідливість. Теоретичні аспекти гри як видовищною телевізійної форми детально описані радянським психологом В. Ворошиловим. Вона композиційно включає в себе змістовий сюжет, правила й технологію суддівства, а також реальних учасників. Розгортання сюжету відбувається шляхом змагальності задіяних послідовних дій й чітким дотриманням правил гри. Причому органічній простоті, жорсткості й навіть спрIMITизованості правил гри має відповідати розкутість її перебігу [2]. Й чим менше гра координується її ведучим, тим професійнішою вона вважається. У процесі телегри як своєрідної документальної вистави він має реалізовувати свою репортерську функцію. Ведучий повинен мати гіпертрофоване почуття того, що відбувається, робити його для глядачів більш гострим, захоплюючим, зміцнювати події.

До жанру теле-шоу включаються також шоу-театр, документально-розважальне шоу, окремі відео сюжети та інтерв'ю, сатирико-гумористичні мініатюри, інтермедії, телевідеокліпи, телевізійні заставки тощо.

Телевізійне шоу як особливий вид мистецтва має сприяти формуванню у телеглядача цілісного художнього образу, але набором конкретних засобів: індивідуальної емоції, «відкритої алегорії», доступної емблеми, символу, через спеціальні акцентні ефекти тощо. Телепередачу, на думку С. Акінфієва, можна назвати розважальною, якщо вона задовольняє наступні глядацькі потреби: одержання естетичного задоволення, зняття психологічної напруги (рекреація й релаксація), зняття синдрому тривожності; культивування атмосфери змагальності, емоційно-почуттєве сприйняття комічного (гумор) тощо [1].

Отже, ефективність українського телебачення визначається значною мірою популярністю таких жанрових форматів як ток-шоу та близьке до нього реаліті-шоу. Саме вони сьогодні помітно впливають на формування обличчя телебачення. Стилiстика сучасного телеефіру диктується законами видовища, елементи якого збагатили також телевізійну публіцистику, утворивши, по суті, новий жанровий формат, який має характер шоу. Культурний дискурс стає тут до певної міри грою, у яку віртуально втягується й аудиторія. Ефективність телевізійної комунікабельності з глядачем залежить від жанру й його мас-медійної технології, результатом чого стає особливий ефект документальності, споріднений із традиційними формами драматичного мистецтва, а також театралізованими й спортивними змаганнями-видовищами.

### *Література*

1. *Акинфиев С.Н.* Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.01.10 «Журналистика» / С.Н. Акинфиев. – М.: МГУ, 2008. – 21 с.
2. *Ворошилов В.Я.* Феномен игры / В.Я. Ворошилов. – М.: Советская Россия, 1982. – 87 с.
3. *Жуков Сергей Геннадиевич.* Реалити-шоу в социокультурном пространстве массовой культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. культурологии: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / С.Г. Жуков. – Краснодар, 2009. – 22 с.
4. *Здоровега В.* Теорія і методика журналістської творчості: підручник / В. Здоровега. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – Л.: ПАІС, 2004. – 268 с.
5. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза – К.: Оріане, 2011. – 864 с.
6. *Касаткин О.В.* Досугово-развлекательные телевизионные программы для молодежи как явление молодежной субкультуры : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. культурологии: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / О.В. Касаткин. – М., 2010. – 34 с.
7. *Невмержицька О.В.* Розважальні програми центральних каналів телебачення України як чинник морального виховання підлітків: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.07 «Теорія і методика виховання» / О.В. Невмержицька. Херсон. держ. ун-т. — Херсон, 2006. — 20 с.
8. *Недопитанський М. І.* Жанрові новації сучасного українського телебачення <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403>.
9. *Оборська А.В.* Розвиток художніх жанрів на сучасному українському телебаченні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. мистецтвознав.: спец. 26.00.01. «Теорія та історія культури» / Аліна Василівна Оборська; Київ. нац. ун-т культури і мистец. — К., 2009. — 16 с.
10. Платные телевикторины запретили // Известия в Украине. – 2012. – 5 марта.