

ІНФОТЕЙНМЕНТ У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРИ ТА ЙОГО ВИТОКИ

Історія виникнення інфотейнменту в телевізійному просторі обумовлена історичними умовами розвитку телебачення, економічними інтересами, суспільною і політичною практикою. Поняття *інфотейнмент* – синтез новин і розваг, представлення об'єктивної картини реальності в розважальному ключі.

Ключові слова: телевізійний жанр, телевізійний простір, інфотейнмент, телевізійні новини, телевізійні програми.

История возникновения инфотейнмента в телевизионном пространстве обусловлена историческими условиями развития телевидения, экономическими интересами, общественной и политической практикой. Понятие инфотейнмент – синтез новостей и развлечений, представления объективной картины реальности в развлекательном ключе.

Ключевые слова: телевизионный жанр, телевизионное пространство, инфотейнмент, телевизионные новости, телевизионные программы.

History of origin of infotainment in televisional space is conditioned by the historical terms of development of television, economic interests, public and political practice. A concept *infotainment* is a synthesis of news and entertainments, presentation of objective picture of reality in the entertaining key.

Key words: TV genre, televisional space, infotainment, televisional news, telecasts.

Враховуючи інноваційні процеси дифузії телебачення, виникнення в телевізійному просторі великої кількості телевізійних каналів та посилення економічних інтересів з метою завоювати увагу глядача і підняти рейтинг каналів й телевізійних програм, з'явилася тенденція «полегшувати» новини та не обтяжувати глядача серйозною спеціалізованою інформацією.

Внаслідок об'єднання інформації і розваги з'являється новий телевізійний жанр інфотейнмент. Термін інфотейнмент (*infotainment*) – від об'єднання слів інформація (*information*) та розвага (*entertainment*), тобто інформація і розваги, «інформуючи – розважати» або «розважаючи – інформувати». Цим поняттям позначається стиль викладання серйозної інформації у формі розваги або з відтінком розважальності. Вперше в історії електронних медіа два пріоритетних і стратегічних для сучасного телебачення жанри з'єдналися. Журналістська форма «інфотейнмент» стала інновацією з подвійною дією – як елемент у виконанні інформуючої та розважальної функції медіа.

Актуальність роботи зумовлена виникненням нових жанрових утворень в сучасному телебаченні, зокрема *infotainment*. Розгляд даного жанрового утворення є типовим, що має всі основні риси для розкриття закономірностей жанрово-творчих процесів у тележурналістиці, тому було зроблено акцент саме

на цьому жанрі. З'явилися цікаві, нетрадиційні для України програми, започатковано нові прийоми зйомки і монтажу, телевізійні технології вийшли на якісно новий етап розвитку. І незважаючи на ці суттєві зміни, нові програми сучасного телебачення досі не були об'єктом комплексного наукового дослідження. Актуальним питанням є систематизація практичних знань на основі наукового підходу. На часі також проблема вдосконалення інструментарію впливу на суспільну свідомість за допомогою телебачення.

Мета дослідження обумовлена появою нових жанрів у сучасній тележурналістиці, зокрема, жанру інфотейнменту; **мета статті** – з'ясувати як відбувається процес створення нових жанрових утворень і встановити, чим продиктована потреба їхнього виникнення.

На сьогоднішній день жанри журналістики, як телевізійної, так і газетної, є цілісною і розвинутою системою. Характерною особливістю даної системи з одного боку, є стабільність, з іншого рухливість. Сучасна система жанрів – це динамічна структура, що постійно розвивається, всередині якої існують свої внутрішні і зовнішні зв'язки [2, 81].

Найбільша кількість змін у жанровій системі відбувалася в 90-ті рр. ХХ століття. Саме в цей період сталося найбільше жанрових трансформацій. Це була епоха знищення традиційних поглядів. Як зазначає Л. Кройчик, відбувається кардинальний процес «перегляду» жанрових кордонів, який призвів до того, що, наприклад, звіт, інтерв'ю, репортаж, перестали бути лише інформаційними і аналітичними [5, 11]. У більшості випадків жанрова класифікація носить суб'єктивний характер. Окремі автори оперують відверто штучними класифікаційними системами, обмежуючи себе символом тріади чи тетради, залежно, від особистісних особливостей, що позбавлено теоретичного змісту і практичного сенсу. Була спроба об'єктивно підійти до розв'язання даної проблеми за допомогою кластерного аналізу. Згідно з Н. Вакуровою будь-якому телевізійному продукту (сюжету) можна поставити набір емпіричних параметрів: інформаційна насиченість, ступінь умовності, темп і ритм монтажу, тип хронотопу, види монтажу, види кадрового руху [2, 112]. Використання тих чи інших зображально-виражальних методів в конкретному жанрі і є однією з її діагностичних ознак.

Еволюційне перетворення жанрів, пов'язане з інтерференцією й химеризацією, що особливо яскраво проявляється в гострому тимчасовому періоді внаслідок зміни необхідних істин і перебудови парадигми (що, наприклад, призвело до заміни диктора як «голови, що вміє говорити» на ведучого-коментатора, інакше – модератора, а інформаційної програми – на аналітичну). Жанри можуть зникати й з'являтися, причому за рахунок химеризації та інтерференції вже наявних, що виходять від одного або різних коренів. Але переплетення жанрів не обов'язково має бути конструктивним в сенсі результату й мати характер контамінації – раніше ми не могли собі уявити, з яким захватом можна дивитися інтерв'ю з бійкою або репортаж із важкою невігадливою лайкою. Найбільш вираженою є еволюція жанрів у змінах жанрової структури, насамперед – місця й часу жанру на екрані. Існують навіть сезонні коливання, наприклад влітку збільшується відносна частка

екстер'єрних зйомок. Найстабільнішою в часі є функція кожного конкретного жанру, що часто народжується й помирає разом із ним [3, 41].

У певному розумінні можна сказати, що жанри походять один від одного, і це, як уже було зазначено, ріднить жанри творчості з біологічними видами [8, 4]. Генетична взаємонаступність жанрів є віддзеркаленням живої творчості реальних людей, яким тісно поза розмаїтістю в гострому бажанні відрізнятись один від одного, у прагненні заявити про себе й своє неповторне «Я». Але за основу зазвичай береться щось стале або принаймні відоме. «Нове» – вид або жанр – легко заявляє про себе на арені історії, але завершення процесу – стабілізація й довге життя *de novo* нової форми (таксона) – визначається вже не автором, а зовсім в іншому місці й в інший час. Однак критик, як і автор, теж прагне самовиразитися, показати, що жанрів він знає більше за всіх і що, наприклад, дрібні відгалуження від майже вічного модернізму – зовсім не маячня чергового божевільного, а цілком самостійні жанри [1, 31].

Телевізійний жанр може бути простим запозиченням на екран, прямою екранною експлікацією. Так, есе на екрані є нащадком літературного (гомологія). Але може бути й незалежним повтором. Наприклад, літературна й екранна замальовки являються зовсім різними по суті речами. Успадковано лише назву (аналогія). Саме в дії інваріантних еволюційних законів будь-яких систем аналогія часто обертається гомологією і навпаки.

На успадковану від літератури систему жанрів накладається система стилів і способів творчого самовираження, що, в свою чергу, перетинається з розмаїтістю спонукальних мотивів творчості. Один «творить» лише те, що люди підхоплять і повторять, але вже у зв'язку з ім'ям «автора»-родоначальника. У такому разі роль зводиться фактично до пошуку необхідної істини людиною, котра вже має певне становище. Інший будує текст у формі відображення внутрішнього світу образів мови його свідомості. У принципі, результат не зобов'язаний чомусь відповідати в реальному світі, але це може бути алегоричний опис «типології телевізійних жанрів». У суворій науці, здавалося б, можливо уникнути неформалізованої художності. Втім, для художнього твору цілком природним є творче відображення не реального світу, а його емоційного сприйняття людиною, так би мовити, подорож лабіринтами свідомості.

Є й інші психологічні мотиви й механізми, що приводять до жанрово-творення й диференціації адресності, наприклад екстравертивність або інтравертивність [5, 60].

Внаслідок з еволюції жанрів поряд з поняттями дифузія і диференціація жанрів виникає поняття злиття жанрів. Постійний процес розмитості жанрових кордонів призвів не лише до виникнення гібридних жанрових форм, але й до постійного жанрового збагачення.

Якщо мислити дедуктивно, тобто від загального до конкретного, тоді у філософському розумінні будь-яка спроба гібридизації таких принципово різних явищ, як інформація та розважальне мовлення, інформація та пропаганда, інформація та мистецтво зводяться до розв'язання більш широкої

світоглядної проблеми. А саме, чи існує взагалі об'єктивність, на яку весь час посилаються прихильники «чистої» інформації?

Найсуттєвіші сумніви з цього приводу висловили не теоретики мас-медіа, а філософи, психологи і фізики. Великий фізик Нільс Бор стверджував: суб'єктивізм закладено у природі. Прилад впливає на експеримент. Досліджуючи мікросвіт, ми не можемо бути впевненими: реальний трек елементарної часточки зафіксовано приладом, чи результат експерименту є продуктом взаємовпливу елементарної часточки та приладу, який реєструє її рух? Так само і у психоаналізі. Психоаналітик ніколи не може бути впевнений: досліджує він реальний світ підсвідомого чи власну інтерпретацію афективних вражень пацієнта?

З цієї точки зору будь-яка спроба створити чистий інформаційний продукт, позбавлений домішок суб'єктивного, авторського ставлення (яке є неодмінною ознакою продукції мистецької та розважальної), видається проблематичною. Певно, саме тому спроби «схрестити» інформацію з розвагою (і не тільки) розпочалися ще до народження телебачення. Класичний фільм «Звичайний фашизм» М. Ромма надзвичайно нагадує передачу Леоніда Парфьонова. Але ще задовго до «Звичайного фашизму» у «дозвукову» добу кінематографа кінодокументаліст Дз. Вертов почав створювати з документального матеріалу видовище, надаючи завдячуючи вишуканому монтажу динамізм і виразність подіям, насправді позбавлених цих рис [4, 39].

Інфотейнмент на телебаченні зародився у 80-ті рр. ХХ століття в США. Падіння у ті роки рейтингів інформаційних програм змусило журналістів змінювати формат телевізійних новин. Зміни торкнулися, по-перше, принципу відбору інформації – знизилася частка «офіціозу», зросла кількість повідомлень на соціальні та культурні теми, по-друге, змінилися способи подання інформації: в репортажах і сюжетах на перший план стали «витягувати» не тільки факти, а й малопомітні, але цікаві масовому глядачеві деталі освітлюваної події.

Піонером у цьому напрямку прийнято вважати одну з найвпливовіших щотижневих програм про поточні події «60 Minutes» («60 хвилин») на американському телебаченні (телерадіомережа CBS), де ведучі стали активно включати до репортажів своє ставлення до подій, більше того, журналісти почали з'являтися в кадрі нарівні з героями репортажів, що було абсолютно нетипово для американського телебачення.

Інфотейнмент допоміг представити об'єктивну картину реальності в розважальному ключі, додавши яскравості та видовищності програмам.

Досвід CBS підхопили й інші канали, зокрема телевізійна мережа NBC, візитною карткою якої завжди були новини. Продюсер каналу Ніл Шапіро вважав, що підсумкові випуски потрібно подавати винахідливо, з використанням ефектної зйомки, графіки, фантазії, спецефектів тощо. Сенсаційне у верстці має випереджати те, що здається більш значущим, оскільки в кінці дня (тижня) люди зазвичай знайомі з основними новинами. Тому перевагою перед традиційним поданням новин став інфотейнмент, який

задовольнив основні запити сучасного масового глядача: особисту свободу, цікаве дозвілля та оптимістичний настрій.

За цим самим принципом почала працювати американська комерційна телевізійна мережа ABC, програми якої стали невід'ємною частиною поп-культури країни і яка входить у «Велику трійку» телевізійного виробництва США (американська радіомовна компанія «Коламбія бродкастинг систем» (CBS), Національна радіомовна компанія (NBC) і Американська радіомовна компанія (ABC) Нещодавно до них приєдналася четверта — телерадіомовна компанія «Fox»).

З 3 листопада 1975 р. в ефірі каналу ABC починає транслюватися американське ранкове телешоу «Good Morning, America» («Доброго ранку, Америко!»), наповненням якого стали новини, інтерв'ю, погода, спеціальні цікаві історії.

З 6 червня 1978 р. в ефірі ABC виходить американський суспільно-політичний журнал телебачення «20/20» (вимірювання гостроти зору), розроблений за аналогією щотижневої програми «60 Minutes» («60 хвилин») каналу CBS, але, на відмінну від тижневика, програма більше уваги приділяє людським історіям, ніж міжнародним та політичним суб'єктам.

У телевізійних програмах також почали застосовувати елемент інфошоктейнменту: висвітлювання трагічних та шоккових подій. З 19 січня 1988 р. в мережі CBS починає транслюватися американський документальний телесеріал «48 hours» (48 годин), відзнятий на реальних подіях, розслідування яких відбуваються протягом 48-годинного періоду – звідси і назва.

В Латинській Америці 1993 р. починає працювати розважальний телеканал «Fox», запущений компанією Fox International Channels. Інфотейнмент став основою концепції каналу, а наповненням стали кращі зарубіжні телевізійні серіали різноманітних жанрів і стилів.

Класикою жанру «інфотейнмент» називають програми розважального телеканалу MTV (Music Television), присвячені сучасній популярній музиці, мовлення якого почалося 1 серпня 1981 р. в США. У 1984 р. на каналі з'явився перший хіт-парад «Top 20», «Video Countdown». З того ж року стали проводитися церемонії нагородження найпопулярніших кліпів на каналі («MTV Video Music Awards»). У 1985 р. на каналі вперше з'явилася соціальна реклама безпечного сексу.

Жанр «інфотейнмент» починають активно використовувати друковані видання. 15 вересня 1982 р. виходить перша загальнонаціональна щоденна газета «USA Today» («США сьогодні») яка, на противагу сухому стилю ділових газет на кшталт «The Wall Street Journal» і «The New York Times», видавалася з кольоровими фотографіями і великими діаграмами, широко висвітлюючи події спорту і життя знаменитостей. Велика увага приділялася публікаціям опитування громадської думки.

У пострадянському телевізійному просторі про роботу в стилі інфотейнмент заявили російські тележурналісти наприкінці 90-х рр. ХХ століття. Однією з перших програм у цьому жанрі стала телевізійна передача «19.59», яка вперше вийшла в ефір 14 квітня 1996 р. на каналі ОРТ. Програма

виходила щонеділі, за одну хвилину до основних випусків новин на інших каналах, замінивши собою щотижневий інформаційний журнал «Неділя».

Передача «19.59» була підсумковою інформаційною програмою з деякими рисами розважальної програми. При цьому в програмі висвітлювалися не тільки політичні, й економічні та кримінальні новини. Крім того, програма мала дуже дорогу студію. Однак, незважаючи на передові, прогресивні риси, через непрофесіоналізм керівників програми (в програмі після інформаційних повідомлень йшли дуже невдало підібрані музичні кліпи) вона була негативно оцінена критиками і після закінчення експериментальних випусків більше в ефір не виходила. Замість неї о 20.00 було відновлено вихід програми «Час».

Другою у цьому жанрі стала маловідома щотижнева інформаційно-аналітична програма «Дзеркало» на каналі РТР, одна з програм, що сформувала обличчя телеканалу. Вперше в ефір каналу, який тоді називався РТР, «Дзеркало» вийшла 21 квітня 1996 р. Ведучий програми Микола Сванідзе обговорював головні теми тижня, разом з політиками і журналістами, діячами культури, всіма, хто мав свою точку зору на актуальні проблеми і був здатний вплинути на події.

Піонером стилю та засновником інфотейнменту на пострадянському просторі вважають Леоніда Парфьонова та його авторську програму «Намедни», що виходила в ефір Другої програми ЦТ з листопада 1990 р. по 1991 р., та на каналі НТВ у період з осені 1993 р. по 30 травня 2004 р. За своє існування програма змінила три жанри: інформаційна програма неполітичних новин за тиждень (виходила з 1990 по 1991 р. і з 1993 по 1996 р.), документальний проект «Намедни 1961-2003: Наша ера» (з 1 березня 1997 р. по 28 грудня 2003 р.), інформаційно-аналітична програма (з 9 вересня 2001 по 30 травня 2004 р.). Та згодом цей жанр прихильники почали називати «парфенізмом», а противники «парфьоновщиною». Відразу за програмою «Намедни» з'явилася ще одна інформаційна телепрограма Леоніда Парфьонова у тому самому жанрі «Страна и мир» («Країна і світ»), що виходила на телеканалі НТВ з лютого 2003 р. по грудень 2004 р. Програма замінила вечірній випуск програми «Сьогодні» о 22.00 з Кирилом Поздняковим. А з 11 січня 2005 р. була перетворена на програму «Сегодня в 22:00» («Сьогодні о 22:00»).

Про український інфотейнмент почали говорити засновники щоденної програми «Дивись!», що вийшла в ефір на телеканалі ТЕТ 20 жовтня 2003 р. і заявила про роботу з цим новітнім телевізійним жанром, використовуючи загальні прийоми і методи створення сюжетів в стилі «інфотейнмент». Згідно з інформацією на офіційному сайті телеканалу ТЕТ «Дивись!» – єдина в українському ефірі програма власного виробництва у жанрі інфотейнмент. Кожна програма «Дивись!» була унікальною і ніколи не повторювалася, нестандартні історії про цікавих людей розказані спеціально для глядачів телеканалу ТЕТ. У кожному випуску програми була тема, яка об'єднувала трьох героїв, наприклад «Колекціонери», «Наставники», «Завидні наречені», «Майстри своєї справи», «Знаки долі», «Жінки на всі 100», «Солодка парочка», «Улюбленці публіки», «Метросексуали», «Золота молодь», «Однолюби», «Нові

імена», «Мідні труби», «Іноземці в Україні», «Герої-коханці», «Фатальні жінки», «Діти понеділка» тощо.

У 2005 р. про опанування жанру інфотейнмент заявив новостворений український телеканал К-1 (програма «Один день» була схожою з програмою «Страна и мир» на НТВ) та щотижнева програма «Неймовірні історії кохання», що з'явилася в ефірі телеканалу СТБ. Ще одним прикладом інфотейнменту на українському телебаченні є документальний цикл «Нові українці», який стартував на каналі СТБ 1 травня 2004 р.

У 2008–2011 рр. вироблялася документальна програма з елементами реконструкції подій. «У пошуках істини» (СТБ) – рідкісний для України приклад пізнавальної історичної програми.

Згодом найпопулярніші телеканали взяли собі за правило подавати новини з відтінком розважальності: «Подобиці» – на Інтері, «Факти» – на ICTV, «Репортер» – на Новому каналі, «ТСН» – на 1+1, «Вікна» – на СТБ.

Український інфотейнмент перебуває на стадії динамічного і досить бурхливого розвитку. Чимало програм, зокрема й інформаційних, використовують елементи інфотейнменту. Адже новини – певною мірою розвага для глядача. Високі рейтинги розважальних програм свідчать про те, що аудиторія швидше хоче бути розваженою, ніж поінформованою. Але не зважаючи на дуже короткий термін появи цього жанру в Україні, розширюється телевізійний простір його використання.

Література

1. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран : [учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению 520600 и спец. 021400 «Журналистика»] / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с. – Библиогр. : с. 322–323.

2. *Здоровага В.И.* Слово тоже есть дело. Некоторые вопросы теории публицистики / В. И. Здоровага. – М.: Мысль, 1979. – 173 с.

3. *Ганеева А.Б.* Презренная журналистика: особенности светской и желтой журналистики / А. Б. Ганеева. – Уфа : Башгоспедуниверситет, 2000. – 48 с. – Библиогр.: с. 47.

4. *Гриценко О.М.* Суспільство, держава, інформація / О. М. Гриценко ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – К., 2001. – 165 с. – Бібліогр.: с. 160–164.

5. Інформаційне суспільство: Дефініції: людина, її права, інформація, інформатика, інформатизація, телекомунікації, інтелектуальна власність, ліцензування, сертифікація, економіка, ринок, юриспруденція / [В. М. Брижко, О. М. Гальченко, В. С. Цимбалюк, О. А. Орехов, А. М. Чорнобров] – К. : Інтеграл, 2002. – 220 с. – Бібліогр. : с. 217–219.

6. *Муратов С.А.* ТВ – еволюція нетерпимости : (История и конфликты этич. представлений) / С. А. Муратов. – М., 2000. – 238 с.