

ТРАНСФОРМАЦІЯ СУСПІЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІТАЛІЇ В 1979–1990-Х РР.

У статті висвітлено основні моменти переходу італійського телебачення “старого зразка” до телебачення Нової епохи внаслідок технологічного прогресу та пов’язаних із цим структурних змін у програмному наповненні каналів. Явища “палеотелебачення” та “неотелебачення”, уперше описані у 1990-х рр. італійцем У. Еко, проілюстровано прикладами найбільш популярних тогочасних програм суспільного телебачення Rai.

Ключові слова: телебачення Італії, суспільне мовлення, палеотелебачення, неотелебачення, Умберто Еко.

I. Вступ

Телебачення Італії, від моменту його появи у 1954 р. і до сьогодні, пройшло крізь чимало етапів технологічних та суспільно-політичних перетворень. Разом із змінами в соціумі, змінювались завдання й функції самого телебачення як засобу масової інформації. Якщо на початку перед телебаченням ставили цілі “інформувати, навчати, розважати”, то згодом його роль звелась до своєрідного “дзеркала” аудиторії, завдання якого – задовольняти смаки й запити пересічного глядача. Розуміння комплексу факторів, що спричинили цю трансформацію, є важливим як для шістдесятирічної історії телебачення Італії, так і для прогнозування можливих шляхів його розвитку.

У нашому дослідженні запропоновано історичну парадигму діяльності італійського телебачення у 1977–1991 рр. – у період, коли відбувався перехід від чорно-білого “педагогічного” телебачення “старого зразка” до розкутого, яскравого, з акцентом на розваги кольорового телебачення Нової епохи. В італійській науці тему досліджували медіанауковці А. Грассо [8; 9], М. Бруно [3], Ф. Казетті [5], Е. Мендуні [11] та ін. Досить широко тему італійських ЗМІ висвітлено в російській науці, зокрема, італійському ТБ присвячена дисертаційна робота Н. Урини [2]. Проблему італійських друкованих масмедіа розкрито в кандидатській роботі української дослідниці Г. Рудницької [1]. Історія італійського ТБ досі залишається малодослідженою темою в українській медіанауці.

II. Постановка завдання

Метою нашого дослідження є аналіз діяльності суспільного телерадіомовлення Італії Rai (RadioTelevisione Italiana) у 1977–1990 рр. та опис пов’язаних із цим періодом понять “палеотелебачення” та “неотелебачення”. Серед наших завдань – виявити ключові ознаки італійського телебачення на зламі двох періодів та проілюструвати їх прикладами з тогочасного ефіру.

III. Результати

Неотелебачення з усіма характерними для нього рисами вперше описав британський вельський дослідник Реймонд Вілліамс (Raymond Williams) у своїй праці “Television, Tecnology and cultural form” (1974) [12], аналізуючи стан ринку приватного телебачення в США. Але в італійський науковий простір термін потрапив завдяки науковій статті Умберто Еко “TV: latransparenzaperduta” (Телебачення: втрачена прозорість), що побачила світ у 1984 р. На його думку, неотелебачення з’являється “разом з множенням каналів, з приватизацією, з появою нових диявольських електронних приладів” [6, с. 163], інакше кажучи, з розвитком матеріально-технічної бази та появою конкурентів у вигляді приватних телерадіокомпаній. Для розуміння процесів перетворення італійського телепростору з “палеотелебачення” до “неотелебачення” важливими є дві дати: 1977 р. – перехід на кольорове мовлення і 1978 р. – поява першого приватного каналу кабельного телебачення. Так, саме в кінці 70-х – на початку 80-х рр. ХХ ст. на італійському телегоризонті з’явився Сильвіо Берлусконі із своєю регіональною мережею кабельного ТБ. Перехід до неотелебачення був неминучою фазою для італійського телепростору, який з самого початку мав зразком для наслідування саме Сполучені Штати. Культура споживання, яка в той час завдяки піднесенню італійської економіки та захопленню американським способом життя, набирала все більших обертів, була вдало перетворена на успішну рекламну діяльність приватних телеканалів. Як влучно зауважив Умберто Еко, “американське телебачення, для якого час – це гроші, розміщує всі свої програми за чітко визначеним ритмом, ритмом джазу. Натомість італійське неотелебачення змішує американський матеріал та власний (або країн третього світу, як-то бразильські теленовели), які створюють архаїчний ритм”. Тому темп “неотелебачення” він визначає як нерівномірний, рваний, з частими прискореннями та

уповільненнями. Утім, для самого глядача це не створює зайвих проблем, адже завдяки пристрою для перемикання каналів – пульта – він може створювати власний ритм із того, що пропонують йому канали. Явище “заппінгу” (від англ. channelzapping – перемикання каналів) як нова ритуальна форма взаємодії з телеприймачем, і пов’язані із цим дискретність телеефіру, розсіювання уваги глядачів вважаються одними з характерних ознак неотелебачення. Суспільне ТБ Італії деякий час продовжувало рухатись за інерцією своїм визначеним раніше курсом “педагогічного ТБ”, не надто звертаючи уваги на кон’юнктуру ринку, де все більшої ваги набирають регіональні приватні кабельні мовники, та інтереси самого суспільства, для якого ці приватні мовники починали відкривати ширму над “солодким життям”, фактично табуованим на державних телеканалах [4].

Так стара модель педагогічного телебачення швидко поступилась місцем телебаченню доброзичливо-агресивному, в якого з’явилась “місія задовольняти смаки глядача, який із користувача все більше трансформувався у “клієнта” [9, с. 147]. Цьому сприяла і поява системи виміру телевізійної аудиторії Auditel, яка з’явилась у 1986 р. і завдяки якій встановились чіткі правила ведення рекламного бізнесу на телебаченні. Як зазначають дослідники С. Ерколані та К. Роньйоні, “ця друга фаза історії телебачення ознаменувалась появою на сцені реклами, яка стала принциповим ресурсом – додатково до канону (абонплата за телебачення) для Rai – і для тих, хто робить телебачення” [7, с. 23]. У 1985 р. телевізійна система Італії оцінювалась у 3 млрд лір (з яких 2 млрд 100 млн – доходи від продажу площ та продукту, і лише 900 млн лір – сплата канону). При цьому обидві телекомпанії – і Rai, і Fininvest були обмежені квотою у 16% ефірного часу для реклами. У боротьбі за глядача між суспільним та приватним телебаченням – а громадське ТБ було змушене вступити в ці змагання, адже фінансувалось не лише завдяки сплаті канону населенням, а й за рахунок доходів від реклами – відбулись незворотні зміни не лише самої форми масовокомунікаційного продукту, способів її подачі, а й суті суспільного мовлення.

Першою ознакою змін стала зосередженість телебачення на самому собі, бажання встановити з реципієнтом якомога ближчий контакт і змусити його не просто вірити в цю телереальність (з допомогою, наприклад, дзвінків у прямий ефір), а й стати його повноцінною частиною. Завдяки цьому телебачення перетворюється з офіційного речника владних органів, авторитетного джерела інформації та інструменту пізнання світу, яким воно було раніше, на співрозмовника

одного рівня з глядачем – доброзичливого, дружнього, який вміє і підтримати, і розвселити, а найголовніше, який вірить у самого глядача. Таким чином, телебачення змінює свою місію “бути наставником” для широкого кола глядачів – у “бути співрозмовником”. Відповідно до зміни суті засобу масової інформації змінюється і його форма – естетика, ідеологія, жанрова визначеність, стилістика мовлення тощо [9, с. 74].

Телебачення набуває рис неформально-го спілкування, інтимності: в програмі “Pronto, Raffaella?” (1983–1985, Rai1) ведуча Рафаелла Карра постає перед телеглядачами у прямому ефірі в спокійній обстановці “власної” оселі – на білих шкіряних диванах на терасі з чудовим виглядом на Рим. Ф. Казетті вважає, що “роль ведучого у цьому договорі про гостинність відображає добре вгадувані канонічні постаті. Головною з них є та, що ця господиня, яка проводить ритуал гостинності для свого гостя, разом із гостем запрошує і телеглядача відчувати себе частиною цієї маленької реальності” [5, с. 23]. ТБ замість відображення реальності починає будувати власну телереальність.

Як зазначають дослідники, однією з визначальних рис переходу до неотелебачення стала “екзотичність” телепродукту. Балерини в розважальних програмах усе більше нагадували танцівниць бразильських карнавалів, а обличчями каналів ставали телеведучі саме з іноземним походженням. Так, справжніми символами епохи стали Хезер-Парізі та Роміна Пауер, народжені в американському Лос-Анджелесі. Показовою в цьому плані стала програма-вар’єте “Фантастично” – найбільш успішна за всю історію ТБ музично-розважальна програма. Піки глядацької аудиторії сягали 26 млн одночасного перегляду (зафіксовано у 1983 р.). Варто зауважити, що успіху програмі додавав також фінальний (різдвяний) розіграш квитків національної лотереї Lotteria Italia в межах програми. Третій сезон програми “Фантастично” став точкою неповернення для неотелебачення. Останній випуск шоу відбувся 6 січня 1992 р. і, як вважають італійські дослідники, ознаменував завершення епохи “класичного” вар’єте на італійському телебаченні. Як зазначає Альдо Грассо, розважальні шоу-вар’єте разом з художніми фільмами та інформацією формують три головних “макрожанри” телевізійного ефіру. “В Італії, – зазначає дослідник, – обличчя вар’єте є результатом синтезу традицій театру та радіовистав із моделями популярних американських шоу 1950-х рр.” [9, с. 187].

Суспільне ТБ Італії цього періоду характеризується появою не лише розважальних програм, якими воно змагалось із приватними телеканалами, але і, як не дивно, інформаційно-пізнавальними, котрі більше сто-

сувались колишнього “педагогічного” телебачення. Наприклад, справжню славу здобула науково-пізнавальна програма “Quark” з ведучим П'єро Анджело (Piero Angela), що виходила у 1981–1983 рр. на Rai1. Змінивши у 1995 р. свою назву на “Суперкварк”, програма виходить в ефір і сьогодні на Rai1 та RaiHD.

Програма “Міксер”, що з'явилась уперше в ефірі Rai2 21 квітня 1980 р. і незмінно залишалась у розкладі програм цього каналу аж до 1996 р. (а згодом ще на Rai3 – до 1998 р.), однією з перших запропонувала новий підхід до висвітлення тем культури та мистецтва – інфотейнмент. Автори програми – А. Бруно, Д. Мінолі, Д. Монтефоскі – обрали для культурологічної програми саме цю інноваційну формулу, яка в Італії мала власну дещо схожу форму телевізійного ротокалько, або тележурналу. “Сто хвилин телебачення”, як уточнював підзаголовок програми “Міксер”, поділялись на декілька рубрик. У першій частині передбачалось порівняння двох відомих персон зі світу мистецтва та культури. Далі йшли рубрики із сюжетами про кіно, театр та культуру, про музику і спорт. Але найцікавішою була частина програми, що включала в себе так звану зустріч “тет-а-тет”. Співрозмовниками Д. Мінолі були не лише персоні зі світу культури та мистецтва, але й відомі політики, зокрема, тогочасні прем'єри Б. Краксі та С. Берлусконі, власники найбільших медіа-корпорацій Італії Д. Анджелі та К. Де Бенедетті. Закінчувалась програма розважальним номером артистів кабаре. Програма була однією з найперших в Італії, яка почала проводити соціологічні опитування у своїх сюжетах. Загалом програма “Міксер” справила величезний вплив на італійське ТБ, насамперед, своїм інноваційним підходом у висвітленні культурологічної інформації, а також виховавши плеяду молодих амбітних журналістів, які згодом стали авторами власних оригінальних програм.

З аспекту ефірного програмування однією з ключових характеристик періоду “неотелебачення” став перегляд існуючого розкладу передач, у якому існували чималі “білі плями” – періоди, коли, як вважалось, глядацька аудиторія не зацікавлена дивитись телевізор. Такими періодами були і ранковий ефір, і пізні нічні години. Уперше телевізійники наважились порушити ранкову тишу 22 грудня 1986 р. програмою ток-шоу “Unomattina” (Ранок на Першому), яка складалась із кількох циклів – випуски новин, прогноз погоди, зустрічі із гостями в студії, огляд преси, книг, новини зі світу спорту тощо загальною тривалістю 345 хв (з 7 до 11 години щоденно).

Нішу пізнього прайм-тайму (з 23.00 до 1.00), яка довгий час залишалась нерейтин-

говою, керівництво суспільного мовника вирішило заповнити розважальними програмами. Знаковими програмами періоду становлення неотелебачення стали шоу-вар'єте “Ті, що з ночі” (Quelli della notte) (1985, Rai-2) та “Усім назад!” (Indietro tutta!) (1987-88, Rai2) з ведучим Ренцо Арборе (Renzo Arbore). Програма “Indietro tutta!” вже не була класичним вар'єте, а навпаки – гумористичною програмою-пародією на тогочасні вар'єте та на численні програмі-вікторини, що й зробило її культовою для певної частини аудиторії. Популярність програми-пародії свідчить не тільки, що глядачам уже починають набридати традиційні програми-вар'єте, і наскільки міцно телерезальність проникає в життя звичайних людей, але також і про те, що телебачення все більше зосереджується на собі, стає більш “автореференційним”, егоцентричним.

Справжньою лабораторією журналістики в цей період став Третій канал громадського ТБ, на якому в 1987 р. за новою реформою з'явилися окремі підрозділи для випуску новин загальнонаціонального та місцевого значення, що дістали назви відповідно TG3 та TG3 Regione.

З приходом у 1987 р. на директорську посаду Анджело Ґульєльмі (Angelo Guglielmi) Rai3 з “телевізійної Попелюшки” перетворюється мало не на справжнього “зубра” телебачення. На ньому з'являються не лише рейтингові програми детективно-розслідувального жанру, такі як “Хто їх бачив?” (Chi l'ha visto?) та “Жовтий телефон” (“Telefonogiallo”), які будуються за принципом активної ролі глядачів, і програми так званого “реального ТБ” – “Остання хвилина”, “Один день у суді”, спортивні ток-шоу – “Ті, що... футбол”, “Технічні спроби трансляції”, але й такі експериментальні, інноваційні з технічного аспекту і за способом подачі журналістської інформації, як, наприклад, “Блоб” [10] – кількахвилинний сатиричний відеоклаж, складений з телевізійних сюжетів ефірів різних каналів, програма, яка стала зразком метателевізійності. Не залишилось поза увагою директора Rai3, який прийшов у телебачення зі світу літератури (свого часу Ґульєльмі був учасником літературного об'єднання неоавангардистів “Група 63”, до якого належали також У. Еко та Е. Санґуїнетті) і котрий паралельно з роботою на ТБ продовжував свою діяльність літературного критика, також освітнє наповнення каналу. У період його правління (1987–1994 рр.) в ефірі каналу транслювали чимало освітніх програм, що з'являлись завдяки співпраці з Департаментом шкільної освіти, наприклад, “Коло 12-ти” (Il circolo delle 12), “Простіше кажучи” (Parlatosemplice). Завдяки вмілому керівництву Ґульєльмі за 4 роки рейтинг Rai3 серед глядацької аудиторії зріс зі скро-

мних 2% до 10% охоплення населення, що засвідчило цікавість аудиторії до нововведень на каналі з його акцентами на метатеlevisionність, сатиричність.

IV. Висновки

Таким чином, період з 1979–1990 рр. – перехідний етап для суспільного італійського телебачення Rai, його поступового відходу від “педагогічного” телебачення, яким воно було на початковому етапі, до розважального ЗМІ, діяльність якого все більше починає підлаштовуватись під принципи ринкової економіки. Межі перехідного періоду визначаються датами появи кольорового зображення (1977 р.) і виходом на загальнонаціональний простір приватного телебачення (1990 р.). З появою конкурентів у вигляді приватного кабельного телебачення суспільне телебачення-монополіст починає змінювати свою взаємодію з аудиторією: тепер воно більше зважає на пересічного глядача, втягує його до своєї “теле-реальності” засобами “дзвінків до прямих ефірів”, запрошень до студії з розповідями про його життя. З погляду організації ефіру відбувається зміна структури розкладу програм: заповнюються ніші ранкового, передобіднього та нічного ефірів відповідно до соціального профілю публіки. Комерціалізація суспільного телебачення нерозривно пов'язана із необхідністю заробляти кошти для свого бюджету завдяки рекламі. Становлення у 1990-х рр. сильного конкурента у вигляді приватного телебачення змусило громадського мовника продовжувати змінюватись у бік збільшення розважальності та зниження інтелектуальної планки своїх програм, що в подальшому призвело до фактичного стирання меж між суспільним мовленням і приватними каналами медіакорпорації “Медіасет”. Перспектива подальших досліджень полягає у вивченні досвіду трансформації суспільного мовлення в інших країнах Європи з метою з'ясування спільних та відмінних рис, визначення можливих сценаріїв розвитку суспільного ТБ Італії в майбутньому, а також з'ясування ролі суспільного телебачення в сучасних глобалізаційних процесах.

Список використаної літератури

1. Рудницька Г. В. Зовнішній вектор соціальної комунікації на матеріалах італійської преси : автореф. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.01 / Г. В. Рудницька. – Київ : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2013. – 17 с.
2. Урина Н. В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Урина Наталия Валентиновна. – Москва : МГУ, 2012.
3. Bruno M. W. Neotelevisione. Dalle comunicazioni di massa alla massa di comunicazioni / Marcello Walter Bruno. – Soveria Mannelli, Rubettino, 1999.
4. Buzzolan U. “Anni 70, la RAI manda in onda “la dolce vita”/ Ugo Buzzolan // La Stampa. – 1975.
5. Casetti F. Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neo-televisione/ Francesco Casetti. – VPT-Eri, Torino, 1988.
6. Eco U. TV: la trasparenza perduta/ Umberto Eco // Sette anni di desiderio. Cronache 1977–1983. – Milano : Bompiani, 1985 [1983].
7. Ercolani S. Da mamma RAI alla TV fai da te. Guida alla televisione di domani / Stefania Ercolani, Carlo Rognoni. – Roma : RAI ERI, 2009. – 272 p.
8. Grasso A. Storia della televisione italiana. Saggi. Nuova edizione / Aldo Grasso. – Garzanti Libri, 2004. – 860 p.
9. Grasso A. Che cos'è la televisione / Aldo Grasso, Massimo Scaglioni. – Milano : Garzanti libri s. p. a., 2012. – 4 ed. – 555 p.
10. Magri A. Di Blob in Blob. Analisi di semiotica comparata. Cinema Tv e Linguaggio del corpo/ Antonio Magri. – Aracne Editrice, 2009.
11. Menduni E. Introduzione a: Raymond Williams, La televisione. Tecnologia e forma culturale e altri scritti sulla TV / Enrico Menduni. – Roma : Editori Riuniti, 2000.
12. Williams R. La televisione. Tecnologia e forma culturale e altri scritti sulla TV / Raymond Williams. – Roma : Editori Riuniti, 2000.

Стаття надійшла до редакції 15.05.2015

Симашова А. И. Трансформация общественного телевидения Италии в 1979–1990-х гг.

В статье рассмотрены главные моменты перехода итальянского телевидения “старого образца” к телевидению Новой эпохи вследствие технологического прогресса и связанных с этим структурных изменений в программном наполнении каналов. Явления “палеотелевидения” и “неотелевидения”, впервые описанные в 1990-х гг. итальянским исследователем У. Эко, проиллюстрированы примерами наиболее популярных программ того времени общественного телевидения Rai.

Ключевые слова: телевидение Италии, общественное вещание, палеотелевидение, неотелевидение, Умберто Эко.

Simashova A. The Transformation of the Italian Public Broadcasting in the 1979–1990's

The article deals with the main moments of transformation of Italian public broadcasting of the “old sample” to the television of New age as a result of the process improvement and connected with it the

structural changes in the program filling of the channels. The phenomenon of "paleotelevision" and "neotelevision", what for the first time were used and described by Italian scientist Umberto Eco in the 1990-ties, are illustrated with the most popular programs at that time on the channels of Italian public broadcasting Rai. "Paleotelevision" was the television of the old pedagogical model, which was aimed only to inform, educate and teach. The raising of the economic level of life of the population, the emergence of new technologies and cultural influence of the USA has led to changes in the sphere of interest of a TV audience. "Neotelevision" has appeared with the wild share of TV sets, transition to a color image, arrival of the commercial advertisements. The uneven pace of "neotelevision" has led to the fact that the tv viewer started to create himself the necessary rhythm. The phenomenon of channel zapping became the new ritual form of interaction with a TV-set. Related to it discreteness, dispersion of the spectators attention and selective view are the main characteristic of "neotelevision". Television has changed its mission "to be a mentor" of a wide circle of spectators into "to be an interlocutor". According to the changes of the sense of media changes its form – aesthetics, ideology, genre certainty, stylistics broadcasting etc. The main features of "neotelevision" such as the focus on himself, the desire to install with the recipient contact as a closer as possible – have found the expression on Italian TV in such program as "Pronto, Raffaella?". As the sample of the exoticism was the program-variety show "Fantastico". Infotainment was used for the first time in the program "Mixer". The manifestation of selfreferences of TV was revealed in the humorous entertaining spoof program "Indietro tutta!". The features of innovation and experimentation were representative in the program "Blob". From the organizational aspect, one of the key characteristics of the period of "neotelevision" were the restatement of existing timetable of programs, in which there were a lot of "white spots". The formation in the 1990's. of a strong competitor in the form of private television has forced the public broadcaster to continue to change upward entertainment and intellectual decline of its programs that further has led to the actual erasing of boundaries between the public broadcasting and private channels of media corporations Mediaset.

Key words: television of Italy, public broadcasting, paleotelevision, neotelevision, Umberto Eco.