

ІНФОТЕЙНМЕНТ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Мета статті – визначити специфіку використання інфотейнменту та його прийомів у процесі створення телевізійних програм українського телебачення. **Методологія** дослідження заснована на використанні комплексної взаємодії культурологічних – типологічного методу (для виявлення та визначення особливостей інфотейнмента, його структурних компонентів та атрибутивних характеристик); порівняльно-історичного методу (для порівняльного аналізу розвитку інформаційно-розважальних програм зарубіжного та вітчизняного телевізійного простору); еволюційного методу (для розгляду динаміки інфотейнменту відповідно до трансформаційних процесів соціокультурного простору кінця ХХ – початку ХХІ ст.); методу системного аналізу та синтезу (завдяки якому інфотейнмент було розглянуто як специфічне явище українського телемистецтва з властивою йому своєрідністю) та мистецтвознавчих методів – аксіологічного, жанрово-типологічного та стильового підходів, які були застосовані у процесі дослідження концепту інфотейнменту в трансформаційних умовах українського телемистецтва ХХІ ст. **Наукова новизна.** Розглянуто поняття «інфотейнмент» як феномен сучасного вітчизняного телевізійного простору; досліджено технології створення екранного видовища та особливості інфотейнменту як ознаки сучасних медіа та нового формату подачі інформації. **Висновки.** Інфотейнмент як унікальна естетизовано-розважальна форма подачі медійної інформації, в якій наявні елементи театралізації та ігор, є закономірним результатом розвитку різноманітних соціокультурних форм. Позиціонує інфотейнмент як складний поліжанровий феномен сучасного вітчизняного телевізійного простору, що характеризується багатоманітністю форматів (інформаційне шоу, ранкове телевізійне шоу, ток-шоу, інформершиал, телевізійна гра, докудрама та ін.), зазначимо, що окрім головних структурних компонентів (інформація та розвага) його специфічними типологічними ознаками є домінування форми над змістом, поліфункціональність, полістилістика, емоційність подачі матеріалу, візуальна привабливість, універсальність та комерційна орієнтація на рейтинги.

Ключові слова: інфотейнмент, телевізійний жанр, телевізійні програми, формат.

Черная Кристина Васильевна, преподаватель, Киевский национальный университет культуры и искусств

Инфотейнмент на украинском телевидении

Цель статьи – определить специфику использования инфотейнмента и его приемов в процессе создания телевизионных программ украинского телевидения. **Методология** исследования основана на использовании комплексного взаимодействия культурологических – типологического метода (для выявления и определения особенностей инфотейнмента, его структурных компонентов и атрибутивных характеристик), сравнительно-исторического метода (для сравнительного анализа развития информационно-развлекательных программ зарубежного и отечественного телевизионного пространства), эволюционного метода (для рассмотрения динамики инфотейнмента согласно трансформационным процессам соціокультурного пространства конца ХХ– начала ХХІ в.), метода системного анализа и синтеза (благодаря которому инфотейнмент был рассмотрен как специфическое явление украинского телеискусства, с присущим ему своеобразием) и искусствоведческих методов – аксиологического, жанрово-типологического и стилевого подходов, которые были применены в процессе исследования концепта инфотейнмента в трансформационных условиях украинской телеискусства ХХІ века. **Научная новизна.** Рассмотрено понятие «инфотейнмент» как феномен современного отечественного телевизионного пространства; исследованы технологии создания экранного зрелища и особенности инфотейнмента как признака современных медиа и нового формата подачи информации. **Выводы.** Инфотейнмент как уникальная эстетизированно-развлекательная форма подачи медийной информации, в которой присутствуют элементы театрализации и игр, является закономерным результатом развития различных соціокультурных форм. Позиционируя инфотейнмент как сложный полижанровый феномен современного отечественного телевизионного пространства, который характеризуется разнообразием форматов (информационное шоу, утреннее телевизионное шоу, ток-шоу, информершиал, телевизионная игра, докудрама и др.), отметим, что кроме главных структурных компонентов (информация и развлечение), его специфическими типологическими признаками является доминирование формы над содержанием, полифункциональность, полистилістика, эмоциональность подачи материала, визуальная привлекательность, универсальность и коммерческая ориентация на рейтинги.

Ключевые слова: инфотейнмент, телевизионный жанр, телевизионные программы, формат.

Chorna Kristina, Senior Lecturer, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Infotainment on Ukrainian television

The purpose of the article is to determine the specifics of using info-equipment and its techniques in the process of creating television programs of Ukrainian television. **The methodology** is based on the use of complex cultural-cultural interactions – a typological (for identifying and defining features of info-equipment, its structural components and attribute characteristics), a comparative historical method (for a comparative analysis of the development of infotainment programs of foreign and domestic television space), an evolutionary method (for consideration of the dynamics of the infotainment according to the transformational processes of sociocultural space at the end of the XX – beginning of the XXI century), the method of system analysis and synthesis (thanks to which the infotainment was considered as a specific phenomenon of Ukrainian television art, with its inherent originality) and art criticism methods – axiological, genre-typological and stylistic approach, which were used in research of the concept of info-transformation in the transformational conditions of the 21st century Ukrainian television art. **Scientific novelty.** The concept of “infotainment” is considered as a phenomenon of modern domestic television space; The technologies for creating on-screen spectacles and the features of infotainment as a sign of modern media and a new format for presenting information have been investigated. **Conclusions.** Infotainment, as a unique aesthetic and entertaining form of presenting media information, in which there are elements of theatricalization and games, is a natural result of the development of various sociocultural forms. Positioning infotainment as a complex polygenre phenomenon of modern domestic television space, which is characterized by a variety of formats (informational show, morning television show, talk show, commercial, television game, documentary, etc.), we note that besides the main structural components (information and entertainment), its specific typological features is the dominance of form over content, polyfunctionality, polystylistic, emotionality of presentation of the material, the visual attraction, versatility and commercial orientation in the ratings.

Key words: infotainment, television genre, television programs, format.

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку телемистецтва, інфотейнмент є однією з найпопулярніших та загальноживаних світових телевізійних практик. Проте в науковому вимірі, незважаючи на значний інтерес зарубіжних та вітчизняних дослідників до даного медійного феномена, наразі не існує загальноприйнятого та загальновизнаного визначення поняття «інфотейнмент», а слабка теоретична база не дає змоги однозначно трактувати його природу та функції. З огляду на недостатню розробку проблематики набуває актуальності здійснення комплексного мистецтвознавчого дослідження феномена інфотейнменту, динаміки його розвитку та різноманіття форм його втілення на сучасному українському телебаченні.

Аналіз досліджень і публікацій. У науковому вимірі представлено багато досліджень присвячених аналізу процесу формування та розвитку інфотейнменту, диференціації даного явища світового телевізійного простору, специфіці його функціонування в сучасному інформаційно-публіцистичному мовленні та ін. Окремі аспекти використання інфотейнменту на українському телебаченні висвітлено у ґрунтовних дослідженнях та наукових розвідках М. Макущенко («Основні принципи формату інфотейнмент в ефірі українських телеканалів», 2012 р.), О. Морозової («Інфотейнмент як методика здійснення масовокомунікаційного впливу на аудиторію», 2012 р.), А. Лісневської та Т. Коженевської («Інфотейнмент та гра як складові технології створення телевізійних новин», 2014 р.), Е. Бурданої («Інфотейнмент як соціокомунікативне явище в сучасних українських інформаційно-публіцистичних телепроектах», 2017 р.) та ін.

Проте феномен інфотейнменту в контексті специфіки трансформаційних процесів сучасного вітчизняного телемистецтва і досі лишається недостатньо висвітленим.

Мета статті – визначити специфіку використання інфотейнменту та його прийомів у процесі створення телевізійних програм українського телебачення.

Виклад основного матеріалу. У сучасному соціокультурному просторі телебачення відіграє фундаментальне значення. Стрімкий прогрес новітніх технологій та трансформація основних комунікацій привели до збільшення медіа продуктів розважального спрямування. Провідними тенденціями сучасного телебачення є розширення видовищної практики – розважальний аспект використовується як засіб формування світосприйняття аудиторії, домінуючи над інформаційним та публіцистичним.

Одним із найпопулярніших інноваційних принципів презентації інформації кінця XX – початку XXI ст. стає інфотейнмент (infotainment, від англ. information – інформація та entertainment – розвага), який на разі вважається невід’ємною частиною медіакультури. Сублімувавши кілька способів та методів подачі інформації (мова, іміджева побудова програми та ін.), інфотейнмент як медійний феномен перебуває у процесі розвитку, постійно оновлюючи прийоми впливу на глядача.

Р. Бернес визначає інфотейнмент як «контамінацію інформацію та розваг, що належи ть до електронних, друкованих та візуальних медіа» [10, 12].

О. Філіпова позиціонує інфотейнмент як «спосіб подання інформації аудиторії», методику роботи з інформацією, сформовану на базі характерних стилістичних прийомів, зазначаючи, що в кон-

тексті наукового осмислення даного феномену доцільніше використовувати термін «формат», а не жанр [9, 299].

На думку українського вченого В. Олійника, інфотейнмент реалізує три основні функції сучасного телебачення – розважальну, інформаційну та комунікативну. І всі види, форми та жанри телебачення, зокрема і телереклама, лише тоді будуть ефективними, коли будуть відображати ці функції [7, 6–7]. А, як стверджував І. Мащенко, досліджуваний жанр якраз і поєднує інформаційність і розважальність, забезпечуючи комунікативність, що підвищує рейтинги програм серед усіх демографічних груп телеглядачів [4, 7].

Американський письменник Е. Тоффлер стверджує, що інформаційне суспільство характеризується недовговічністю цінностей та ідеалів, а перевантаженість інформацією позбавляє людину можливості раціонально мислити і приймати оптимальні рішення. Тому подання інформації в легкій, розважальній формі позбавляє людину від футурошоку [8]. Така подача інформації дозволяє критикам інфотейнмент іронічно характеризувати подібні сюжети як «щасливі новини» (happy news) або «макулатура» (trash TV) [5, 36–62].

На сучасному етапі у будь-яких інформаційних програмах присутні елементи розваги, спроба задовольнити інтереси глядача або за допомогою цікавості повідомлення, його сенсаційності, розрахованої пропорції між жахом і комізмом, або завдяки особистісному стилю звернення ведучого до «своєї» аудиторії [3]. На думку В. Олешко, призначення соціальної журналістики – «нести якомога більше інформації для якомога більшої кількості людей, бо вони повинні мати можливість порівнювати своє життя з чимось, щоб у підсумку спробувати зробити своє життя кращим» [6, 116–117]. Утім, коли у поєднанні розважального та інформаційного у випусках новин починає переважати розвага, то виникає питання: а де ж новини? І чи не розіграє телебачення свого глядача? Отже, однією з основних тенденцій телебачення кінця ХХ – початку ХХІ ст. можна вважати взаємопроникнення форматів, у результаті чого з'явилося явище інфотейнмент, яке поєднало інформацію та розвагу.

Аналізуючи процес становлення та популяризації жанру інфотейнмент на українському телебаченні, зазначимо, що одними з перших ефірних продуктів вітчизняного виробництва, що відповідали характерним ознакам інфотейнменту були програми «Дивись!» (телеканал «ТЕТ», 2003 р.) та «Один день» (телеканал «К1», 2005 р.).

Варто зауважити, що протягом 2003–2008 рр. проект «Дивись!», героями якого були політики, зірки кіно- і театрального мистецтва, шоу-бізнесу та спорту, тричі змінював формат: у 2003–2004 рр. – 15-ти хвилинний випуск, три різні історії в якому відповідали єдиній темі (без ведучого); з квітня 2004 р. – 30-ти хвилинний випуск (ведучий П. Шилько, згодом разом із Т. Калатай); станом на 2008 р. випуски включали дві не пов'язані тематично історії (ведучі М. Лук'яненко та Я. Гуревич).

2008 р. програма у форматі інфотейнмент «Поза очі» (автор і ведуча Ю. Литвиненко), героями якої були вітчизняні та російські зірки, з'явилася на телеканалі «Інтер».

Яскравим прикладом інфотейнменту в українському ефірному просторі став проект «Великі українці» (адаптація формату «100 Greatest Britons» телекомпанії BBC), який стартував на каналі «Інтер» 2007 р.

Не менш популярною була і щотижнева програма «Неймовірні історії кохання» (телеканал «СТБ»), оскільки представляла об'єктивну картину реальності в розважальному ключі, що додавало випускам емоційності та видовищності.

Варто зауважити, що з 2008 р. на замовлення телеканалу «СТБ» виробляють нові програми в жанрі інфотейнмент: пізнавальна історична програма «У пошуках істини», «Документальний детектив», «Паралельний світ», «Містичні історії», «Битва екстрасенсів», «Зіркове життя», «Неймовірна правда про зірок», «Моя правда» та ін.

Аналізуючи сітку мовлення українських загальнонаціональних телеканалів «Інтер», «1+1», «Новий канал» 2008–2018 рр., можемо зазначити, що у процесі створення багатьох телепрограм та телешоу активно використовують прийоми інфотейнменту. Наприклад: «Битва українських міст», «Все для тебе», «Червоне або чорне», «Знак якості», «Модний вирок», «Караоке на майдані», «Майданс», «Орел і решка», «Школа доктора Комаровського» «Що? Де? Коли?» та ін. – телеканал «Інтер»; «ТСН», «ТСН Особливе», «ТСН Тиждень», «Перший мільйон», «Світське життя з Катериною Осадчою», «Українські сенсації», «Я люблю Україну», – телеканал «1+1»; «Підйом», «Кунсткамера», «За гроші», «Фактор страху», «Один за всіх», «Аналіз Крові», «Аферисти», «Парад Порад», «Піранії», «Стажери», «Ревізор», «Хто зверху?», «Абзац!», «Суперінтуїція» – «Новий канал».

Ранкові програми на каналах стали найбільш традиційною формою подачі інформації у форматі інфотейнмент телевізійного інформаційного мовлення: «Доброго ранку, Україно!» (ТРК Ера); «Сніданок з 1+1» – ранкове шоу на каналі «1+1»; «Ранок на Інтері» (телеканал Інтер), «Ранок у Ве-

ликому Місті» («ICTV»), «Ранок по-київськи» (Київ TV) та інші ранкові інформаційно-розважальні шоу, які розповідають про найважливіші події доби а також подають багато розважальної та корисної інформації. Зауважимо, що ранкова сітка інформаційного мовлення відрізняється від вечірньої: програми розбиваються на блоки, кожен блок має свою тему або запрошеного гостя, а кожні пів години подаються випуски новин. Ранкові інформаційні випуски багаті на лайфові повідомлення. У цей час їм приділяють набагато більше уваги, ніж ввечері. Цікавинки подаються наприкінці програми в найрізноманітнішому стилі викладу. Порівняно із вечірніми випусками новин, ранкові менш офіційні, містять більше розважальної інформації, створюють бадьорий настрій.

Найбільшу популярність мають програми інфотеймент про найцікавіші та актуальні події в житті знаменитостей, зірок кіно, шоу-бізнесу, які у свою чергу діляться з глядачами своїми історіями успіху, боротьби, любові: «Неймовірна правда про зірок», «Моя правда» (телеканал «СТБ»), «Зірковий шлях» (ТРК Україна) та ін., а також кримінальні програми, програми розслідування та кримінальні новини, в яких теж використовуються елементи інфотеймент («Свідок», «Легенди карного розшуку», «Легенди бандитського Києва», «Речовий доказ», «Правда життя» (телеканал «НТН»); інформаційно-публіцистичний проект Костянтина Стогнія «Надзвичайні новини» (телеканал «ICTV») та ін.

До програм у форматі інфотеймент можна віднести програми про подорожі, технічні новини, передачі про тварин, науково-популярні передачі. Ці програми допомагають пізнавати навколишній світ, формувати кругозір людини, підвищувати рівень інтелектуальних знань, розвивають естетичний і культурний смак, виховують дбайливе ставлення до світового надбання, прищеплюють громадянські, патріотичні, інтернаціоналістичні почуття. Наприклад, трепел-шоу «Орел і Решка» (телеканал «Інтер»), «Світ навиворіт» («1+1») та ін.

До проектів інфотеймент з впевненістю можна віднести телевізійні програми «Поїхали!» (телеканал «НТН»), «Нотатки на глобусі» («Перший національний»), «Міста» («НЛЮ TV»), «1 000 жіночих бажань» («Новий канал»), авторську програму Ігоря Захаренка «Феєрія мандрів», «Телевсесвіт» та багато інших, що багато років лишаються улюбленими програмами телеглядачів.

Інфотеймент використовують розважально-пізнавальні програми про кулінарію та мистецтво приготування їжі: «Все буде добре», «Все буде смачно» (телеканал «СТБ»), «Світ на смак» (телеканал «Україна»), «Кулінарні мандри» (канал «Кухня ТВ»), кулінарні майстер класи та багато ін.

На думку В. Вахрушиної та Л. Хотюн до жанрів інфотейменту варто віднести також спортивні програми, основною метою яких є підвищення емоційності під час перегляду та підтримці спортивного духу змагань глядача [1, 235].

Зазначимо, що в умовах сучасного українського телевізійного простору інфотеймент – найпопулярніший і водночас складний для реалізації формат, серед естетичних аспектів якого дослідники виділяють: емоційне наповнення історії; персоніцентричність ведучого; прямий ефір або його імітація; графіку, яскравість, звукові ефекти та інтерактивність; лексичні ігри; фрагментарність; діалоговий формат; синтезування серйозного та несерйозного [2, 115].

Наукова новизна. Розглянуто поняття «інфотеймент» як феномен приватного вітчизняного телевізійного простору; досліджено технології створення екранного видовища та особливості інфотейменту як ознаки сучасних медіа та нового формату подачі інформації.

Висновки. Інфомейнмент як унікальна естетизовано-розважальна форма подачі медійної інформації, в якій наявні елементи театралізації та ігор, є закономірним результатом розвитку різноманітних соціокультурних форм. Позиціонує інфотеймент як складний поліжанровий феномен сучасного вітчизняного телевізійного простору, що характеризується багатоманітністю форматів (інформаційне шоу, ранкове телевізійне шоу, ток-шоу, інформершиал, телевізійна гра, докудрама та ін.), зазначимо, що окрім головних структурних компонентів (інформація та розвага), його специфічними типологічними ознаками є домінування форми над змістом, поліфункціональність, полістилістика, емоційність подачі матеріалу, візуальна привабливість, універсальність і комерційна орієнтація на рейтинги.

Література

1. Вахрушина В. С., Хотюн Л. В. Трансформація журналістських жанрів на українських ТВ каналах. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.). Вінниця, 2018. С. 233-236.
2. Драгун Е. М. Инфотеймент как явление современной медиакультуры: дис. канд. культурологи : 24.00.01 /ФГБОУВПО «российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». Москва, 2015. 175 с.

3. Информация к развлечению. XXI век: новый информационный порядок. Круглый стол. Искусство кино 2003. № 11. URL <http://old.kinoart.ru/archive/2003/11/n11-article1> (дата звернення: 10.01. 2019).
4. Машенко І. Г. Радіо і телебачення: від джерел – до космічних висот. Миколаїв: ТЕТРА, 2003. 416 с.
5. Мелешенко О. К. Журналістикознавчі уявлення про світовий і національний інформаційний простір. Київ.: ПВП “Задруга”, 2006. 64 с.
6. Олешко В. Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху. Вестник Челябинского государственного университета. № 5, 2012. С. 113-117.
7. Олійник В. П. Радіопубліцистика: Проблеми теорії і майстерності. Київ : Вища школа, 1978. 191 с.
8. Тоффлер Э. Шок будущего. Москва : АСТ, 2008. 560 с.
9. Филиппова А. Н. Интерпретация понятия инфотейнмент: «формат» или «жанр»? Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 9. С. 296-299.
10. Barnes R. D. Outrageous Invasions: Celebrities' Private Lives, Media, and the Law. Oxford University Press, 2010. 324 p.

References

1. Vakhrushina, V. Ye., Hotyun, L. V. (2018). Transformation of journalistic genres on Ukrainian TV channels. Contemporary mass-media space: realities and prospects of development: materials of the 3rd All-Ukrainian Scientific and Practical Conference. October 25, 2018. pp. 233–236. Vinnytsya [in Ukrainian].
2. Dragun, E. M. (2015). Infocommunity as a phenomenon of modern media culture: diss. Cand. Kulturologists: 24.00.01 / FGBOUVPO "Russian Academy of People's Economy and Public Service under the President of the Russian Federation". Moscow [in Russian].
3. Entertainment information. XXI century: a new information order. Round table The Art of Cinema 2003, no. 11. Retrieved from <http://old.kinoart.ru/archive/2003/11/n11-article1> [in Russian].
4. Maschenko, I. G. (2003). Radio and television: from sources - to space heights. Mykolaiv: TETRA [in Ukrainian].
5. Meleschenko, O. K. (2006). Journalistic knowledge of the world and national information space. Kiev : PVP "Zadruga" [in Russian].
6. Oleshko, V. F. (2012). Social journalism: what should it be in the information age. Bulletin of Chelyabinsk State University, no. 5, pp. 113–117 [in Russian].
7. Oliynyk, V. P. (1978). Radio journalism: Problems of theory and skill. Kyiv: Graduate School [in Ukrainian].
8. Toffler, E. (2008). Shock of the future. Moscow : AST [in Russian].
9. Filippova, A. N. (2014). Interpretation of the concept infotainment: "format" or "genre"? Humanitarian, socio-economic and social sciences, no. 9, pp. 296–299 [in Russian].
10. Barnes, R. D. (2010). Outrageous Invasions: Celebrities' Private Lives, Media, and the Law. Oxford University Press [in English].

Стаття надійшла до редакції 18.11.2018 р.