

JOURNALISM

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2022.8.20>

SPECYFIKA I TRENDY DOTYCZĄCE WIADOMOŚCI KULTURALNYCH I ARTYSTYCZNYCH W TELEWIZJI UKRAIŃSKIEJ

Anastasiya Lytvynenko

*kandydat nauk z komunikacji społecznej,
asystent Katedry Sztuki Filmowej i Telewizyjnej
Dydaktyczno-Naukowego Instytutu Dziennikarstwa
Kijowskiego Uniwersytetu Narodowego imienia Tarasa Szewczenki (Kijów, Ukraina)
ORCID ID: 0000-0003-1375-5202
alytvynenko@knu.ua*

Alina Mysechko

*kandydat nauk z komunikacji społecznej,
wykładowca Katedry Sztuki Filmowej i Telewizyjnej
Dydaktyczno-Naukowego Instytutu Dziennikarstwa
Kijowskiego Uniwersytetu Narodowego imienia Tarasa Szewczenki (Kijów, Ukraina)
ORCID ID: 0000-0002-5103-8872
alina.mysechko@knu.ua*

Adnotacja. W artykule zbadano główne aspekty nadawania wiadomości kulturalnych i artystycznych w ogólnokrajowej telewizji komercyjnej Ukrainy w programach informacyjno-rozrywkowych. Przeanalizowano nowe trendy w prezentacji wydarzeń w tym segmencie na przykładzie programów “Zhyttia vidomykh liudei” na kanale telewizyjnym “1+1” i “Zirkovyy szlach” na TRK “Ukraina”. Za pomocą metody ankiety artykuł identyfikuje zapytania informacyjne odbiorców w dziedzinie kultury i sztuki. Poprzez szczegółową analizę treści wybranych do badania materiałów, które były emitowane w latach 2019–2022, a także metodą porównawczą, wyjaśniono, jakie zmiany zaszły w ciągu ostatnich trzech lat w dziedzinie transmisji wydarzeń kulturalnych i artystycznych. W szczególności przeanalizowano ogólne i doskonale treści, cechy gatunkowe, formę prezentacji, czas fabuły na temat wybrany do badania. Ujawniono specyfikę i trendy wyświetlania tego typu wiadomości w komercyjnych ogólnokrajowych kanałach telewizyjnych.

Słowa kluczowe: telewizja kulturalna i artystyczna, telewizja informacyjno-rozrywkowa, trendy w nadawaniu, kino ukraińskie, wojna rosyjsko-ukraińska.

SPECIFICS AND TRENDS OF BROADCASTING CULTURAL AND ARTISTIC TOPICS ON UKRAINIAN TELEVISION

Anastasiya Lytvynenko

*Candidate of Science in Social Communications,
Assistant of the Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)
ORCID ID: 0000-0003-1375-5202
alytvynenko@knu.ua*

Alina Mysechko

*Candidate of Science in Social Communications,
Lecturer of the Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)
ORCID ID: 0000-0002-5103-8872
alina.mysechko@knu.ua*

Abstract. The article reveals aspects of cultural and artistic news broadcasting on nationwide commercial Ukrainian TV channels in infotainment programs segment. It also investigates trends of culture and art events coverage at TV programs “Zhyttia vidomykh liudei” (“1+1” channel) and “Zirkovyi shlyach” (TV channel “Ukraine”). Method of survey

gives possibility to show audience preferences and requests about cultural and art topics. Detailed content analysis of TV programs, issued during 2019–2022 is strengthened by comparison method and reveals what is common and what is different in the content, genre features, form, timing of the plots about theater, cinema, showbiz etc. Thus, the research gives understanding for its readers, what has changed for the last three years in the sphere of broadcasting cultural and artistic events, highlights specifics of covering this type of news on TV and analyzes the newest trends in the investigated field.

Key words: culture and art on television, trends in broadcasting, infotainment TV, Ukrainian films, Russian-Ukrainian war.

СПЕЦИФІКА І ТЕНДЕНЦІЇ ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ НОВИН НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Анастасія Литвиненко

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
асистент кафедри кіно- і телемистецтва*

Навчально-наукового інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0003-1375-5202

alytvinenko@knu.ua

Аліна Мисечко

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
викладач кафедри кіно- і телемистецтва*

Навчально-наукового інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0002-5103-8872

alina.mysechko@knu.ua

Анотація. У статті досліджено основні аспекти трансляції культурно-мистецьких новин на загальнонаціональному комерційному телебаченні України в інформаційно-розважальних програмах. Проаналізовано нові тренди у подачі подій у цьому сегменті на прикладі програм «Життя відомих людей» на телеканалі «1+1» та «Зірковий шлях» на ТРК «Україна». За допомогою методу опитування у статті ідентифіковано інформаційні запити аудиторії у культурно-мистецькій сфері. Через детальний контент-аналіз обраних до дослідження матеріалів, які вийшли в ефір протягом 2019–2022 років, а також за допомогою методу порівняння з'ясовано, які зміни відбулися протягом останніх трьох років у сфері трансляції культурних та мистецьких подій. Зокрема проаналізовано спільне і відмінне у контенті, жанрові особливості, форму подачі, хронометраж сюжетів з обраною для дослідження тематики. Розкрито специфіку і тенденції показу цього типу новин на комерційних загальнонаціональних телеканалах.

Ключові слова: культурно-мистецьке телебачення, інформаційно-розважальне ТБ, тенденції в телемовленні, українське кіно, російсько-українська війна.

Вступ. Сучасне ринкове суспільство, опанувавши дієві механізми економічної діяльності, водночас призводить до чим далі більшого поділу культури та мистецтва на елітарні форми й масову культуру, яка являє собою найширший спектр культурних явищ – від суто культурних до невибагливих розважальних форм.

У цих умовах перед авторами телевізійного арт-контенту постає надзвичайно важливе завдання: за допомогою наймасовішого та найдоступнішого всім верствам населення засобу поширення інформації підтримати такий загальнокультурний рівень мислення і світосприйняття, який дозволить не лише зберегти культурний генофонд нації, але й включити телеглядача в загальнокультурний контекст розвитку людства.

Для вирішення цього завдання телебачення, по-перше, виступає в ролі ретранслятора творів мистецтва, демонструючи кінофільми, проводячи трансляції вистав, концертів, масових свят, репортажі з культурних подій, а, по-друге, створює оригінальні різножанрові програми, присвячені різноманітним аспектам культури та мистецтва.

Актуальність дослідження обґрунтована відчутним дефіцитом в ефірі національних телеканалів програм, присвячених висвітленню кіновиробництва в Україні та світі, популяризації національної кіноіндустрії, підтримки української кіно- та мистецької спільноти. Відсутність зацікавленості менеджменту українських національних телеканалів у створенні подібного контенту, лідерські позиції розважальних програм у телерейтингах та акцент на інформаційно-розважальних форматах призвели до зникнення культурно-мистецьких телепрограм на кінематографічну тематику з національного телеефіру. Винятком є телеканал «UA: Суспільне» та партнерський «Суспільне: Культура» Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ), що залишаються єдиними, які за своїм статусом і статутом мають постійно працювати над створенням оригінальних культурно-мистецьких телепрограм.

Що ж до загальнонаціональних комерційних телеканалів, у переважній більшості культурно-мистецьким темам присвячені у кращому випадку невеликі за хронометражем і рідкісні за частотою появи сюжети, у яких висвітлюються кінопрем'єри, кінофестивалі або іміджеві для країни події (здобутки українців у кіноіндустрії, пісенних або інших творчих конкурсах за кордоном).

Утім з 2014 року ситуація відчутно змінилася, що пов'язано з Революцією Гідності та початком Росією воєнних дій на території України. У цей час відбулося зростання інтересу українців (у тому числі телевізійної аудиторії) до сфери українського кіно й україномовного мистецького контенту. У цей період почало оживати україномовне серіальне виробництво, а у продакшн студіях на зйомки почали запрошувати на головні ролі не російських, а своїх, українських, акторів. У зв'язку з цим не можна не відзначити зростання інтересу редакторів і журналістів до висвітлення культурно-мистецької тематики у телепрограмах про відомих особистостей та «зіркові» події.

Основна частина. Власне підхід до виготовлення культурного контенту в Україні та світі взаємозумовлює різні вектори наукового пізнання. Тривала пошукова робота у таких наукових базах як DeepDyve, Science Direct, Mendelej, Google Scholar засвідчила вагомий інтерес дослідників світу до таких наукових проблем культурного телебачення як взаємовідносини культури та телебачення, вплив телебачення на культуру, проблема рейтингів культурно-мистецьких програм, редакційна політика культурних телеканалів, пошук актуальних для глядача форм культурного контенту, інструменти популяризації культури і мистецтва на телебаченні тощо. Неабияк цьому сприяє різноманіття на телеканалах у світі культурно-мистецького контенту, який власне часто виступає предметом дослідження. Важливо зазначити, що дослідження цих тем, зокрема науковцями західної Європи відбувається у рамках public service broadcasting (PSB) – суспільне телемовлення, що більше піклується про інтереси глядачів, ніж про комерційні вигоди.

Так, вагомий внесок у вивчення специфіки культурного телебачення внесла французька дослідниця Сюзанн Емануель. На основі її дисертації «La SEPT: Телебачення та культура у Франції 1981–1991»), було написано чимало статей, що досліджують культурне телебачення Європи, зокрема франко-німецький культурний телеканал ARTE, заснований у 1992 році. Серед наукових розвідок дослідниці варто згадати «Cultural Television: Western Europe and the United States, European Journal of Communication», в якій вона пише про «схильність телевізійників висвітлювати культуру в програмах, що призначені для спеціалізованої аудиторії та які є більш інформативними та елітарними». Водночас науковиця зазначає, що перевагою таких програм є те, що культурна тематика забезпечена «нішевою» аудиторією, але суттєвим недоліком є тенденція до «мистецької ізоляції», яка встановлює поділ між фахівцями – поінформованою меншістю та загальною аудиторією, що становить необізнану більшість у галузі культури (Emanuel, S, 1993: 132).

У дослідженні «A comparison of arts and culture television programmes between the BBC and KBS» Янг Сонг аналізує різноманітні виклики для громадських мовників Британії та Кореї, які готують культурний контент і визначає практичні та детальні рішення, за допомогою яких вони можуть сприяти «демократизації» насолоди, включаючи подолання культурного розриву між спеціалізованою аудиторією та загальною аудиторією в медіа-середовищі 21 століття». Дослідник зазначає, що активно з цією метою використовуються розважальні програми як майданчики популяризації культури, зокрема у праці згадано виконання учасниками шоу талантів «Britain's Got Talent» на ITV і «Star King» на SBS відомих оперних арій. Янг вважає, що незважаючи на те, що мистецькі та культурні програми є надзвичайно важливими для підтримки та легітимізації основних цінностей суспільних мовників, вони були маргіналізовані у висококонкурентному медіасередовищі, де пріоритет надається рейтингам (Song, 2013: 3).

У дослідженні «Public service television and national identity as a project of modernity; the example of Flemish television», Хільде Ван ден Блука зазначає, що через підвищену увагу PSB до очікувань глядачів і дослідження ринку, мистецькі програми на суспільних мовниках почали страждати на користь популярних жанрів як-от розважальні програми та серіали. (Van den Bluck, H. (2001: 70).

На відміну від світових вчених, науковий пошук українських дослідників спрямований на культурно-мистецьку складову контенту комерційних телеканалів. Сприяв цьому розквіт комерційного телебачення від початку незалежності та відносно пізні запровадження стандартів суспільного мовлення 2014–2016 рр. (Джолос, 2017: 67). Зокрема, у дисертаційній роботі «Упровадження Суспільного телемовлення в Україні: комунікаційні організаційні та правові аспекти» Олег Джолос, досліджуючи контент телеканалу «UA: Суспільне», зазначив, що «частина культурологічних програм НТКУ не відповідають потребам сучасного глядача та є занадто академічними» (Джолос, 2017: 141).

Варто зауважити, що від початку становлення українського телебачення створення культурно-мистецького контенту було вагомим складником ще до початку ери запису на телебаченні. За допомогою архівних джерел та матеріалів преси Литвиненко (Іщенко) А. І. довела, що в Україні вже з 1951 р. (зі створенням профільних редакцій) на столичній та регіональних телестудіях почали створюватися культурно-мистецькі програми, тележурнали, документальні та телефільми, а на київській телестудії діяв власний телетеатр (Литвиненко, 2018: 110).

Водночас зауважимо, що у період з 2007 по 2020 рр. на комерційних телеканалах закотився ряд телепрограм, що висвітлювали різні галузі української культури. Зокрема «Документ», «Імперія кіно», «Підпільна імперія», «Аргумент кіно», «Музика для дорослих», «Мінкульт», «Культекспрес», «Кіно» тощо. Сьогодні сучасне українське телебачення на комерційних телеканалах демонструє брак програм культурного спрямування через їхні низькі рейтинги. У дослідженні контенту українського медіаринку Інна Черемних зазначила,

що глядач найбільше потребує якісного культурного контенту, який є «нерентабельним для телевиробників». Такий матеріал потребує значних капіталовкладень, однак рекламодавців, які дотепер монетизують телебачення, він навряд чи зацікавить (Черемних, 2017: 36-50).

У дисертаційній роботі «Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.). Анна Мадей називає наступні тенденції висвітлення питання культури та історії у ЗМІ України: їх «залишковий принцип»; непристигність культурної, історичної журналістики; проблема «якості кадрів», що пишуть на культурну тематику; зміна ролі та завдання журналіста і редактора, де перші мають думати, на яку аудиторію орієнтовано текст, кого він може найбільше зацікавити, для кого буде корисним, наскільки збігається з аудиторією ресурсу, як вплине на комерційну частину, кому його можна продати тощо; однією з головних тенденцій дослідниця називає перетворення культури у «світську хроніку», ентертейнмент (з англ. “entertainment” – «розваги») (Мадей, 2020:122-123).

Це явище має наступне наукове та практичне обґрунтування. Подаючи культурні новини у форматі інфотейнменту (з англ. “infotainment” – «інформування розважаючи»), редактори досягають ефекту ширшого залучення аудиторії, спраглої до легкої розважальної подачі, що дозволяє зберегти презентацію культурного сегменту у новинних та інформаційно-розважальних програмах та утримати рейтинги. На жаль, попри це новини зі світу кіноіндустрії все одно мають менший попит, ніж такі, що створені за правилом «6 С і одне Г», а саме: скандал, сенсація, смерть, сміх, секс, страх і гроші (Сім орієнтирів «ТСН», 2018). З цієї ж причини неодноразові спроби робити «добрі новини» закінчувалися невдачею і, як наслідок, закриттям проєктів. З іншого боку, з початку законодавчого обмеження російськомовного продукту в Україні та до початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну можна було помітити сплеск у трансляції комерційними телеканалами новин культурно-мистецького блоку.

Тож метою статті є дослідити особливості і основні тенденції трансляції культурно-мистецьких новин (зокрема кіноконтенту) в інформаційно-розважальних програмах на загальнонаціональному українському телебаченні. До дослідження було обрано «Життя відомих людей» (далі – «ЖВЛ») на «1+1» та «Зірковий шлях» (далі – «ЗШ») на ТРК «Україна», адже ці програми мають схожу верстку, тематику та концепцію і, отже, є придатними для порівняння. За хронологічні межі дослідження було обрано 2019–2022 рр., оскільки це роки відродження україномовного кіновиробництва, пов'язані з обмеженням російськомовного телепродукту в Україні на законодавчому рівні.

Авторки статті ставлять перед собою завдання виявити ступінь зацікавленості телеглядачів культурно-мистецьким блоком новин та з'ясувати, чи відповідають їхні інформаційні запити наявним пропозиціям телеканалів; описати тенденцію до збільшення україномовного контенту і зменшення російськомовного протягом 2019–2022 років; розглянути інформаційно-розважальні програми як майданчик для популяризації українського кіно та культурного контенту та виокремити найпопулярніші жанри телевізійної подачі матеріалів визначеного тематичного спрямування.

Методами дослідження у цій науковій статті стали онлайн опитування, порівняння та контент-аналіз. Опитування було проведене у Google Forms, де на поставлені запитання відповіли 249 респондентів. Опитування проводилося у період з листопаду по грудень 2022 р. Посилання на опитування було розміщено у соціальній мережі Instagram на особистих сторінках авторок, через що загальну вибірку респондентів встановити не можливо. Серед опитаних респондентів 68,3% у віці 18–25 років, 19,3% – 25–35 років, 4,8% – 35–45 років, 4,8% – 45–55 років, 4,8% – більше 55 років. Такий розподіл пов'язаний з тим, що опитування проводилося в мережі, де найактивніші користувачі – молодь. Гендерний показник серед респондентів не враховувався.

Одним із найголовніших завдань опитування було з'ясувати, чи відзначають глядачі для себе контент про діячів культури та мистецтв (акторів, музикантів, режисерів, письменників тощо) у програмах про відомих людей. Іншими базовими запитаннями опитування були такі:

- чи вистачає, на вашу думку, програм на культурно-мистецьку тематику на українському телебаченні;
- який тематичний напрям таких програм вас цікавить найбільше;
- чи хотіли б ви бачити більше культурно-мистецького контенту в ефірі національних телеканалів;
- чи дивитеся ви телевізійні програми про життя зірок («Зірковий шлях», «Життя відомих людей» тощо)?

За допомогою методу контент-аналізу було проведено перегляд обраних для дослідження телевізійних програм на предмет змісту їхніх випусків, а також розбір верстки цих програм за тематикою, хронометражем, подачею та наповненням. Через метод порівняння було досліджено індивідуальну траєкторію кожної з програм, а саме: спільне та відмінне у політиці висвітлення сюжетів про кіно та мистецтво, частка аудіовізуальних матеріалів цього спрямування у кожній з програм, манера і форма подачі, жанрові особливості матеріалів. Платформи, на яких було досліджено сюжети, – це телеканали та Youtube канали, сайти програм, де було розміщено телевізійні випуски за 2019–2022 рр. Усього було переглянуто понад 250 випусків програми «ЖВЛ» (8 сезонів) та близько 240 випусків «ЗШ».

Аналіз контенту виявив, що пріоритетним жанром обох проєктів є портретні інтерв'ю, які дозволяють гармонійно вплести в канву сюжету і кар'єру, професійні проєкти, погляди на суспільні події, і особисте, як-от: розлучення, одруження, виховання дітей, шлях до успіху. Така подача дозволяє досягнути максимального ефекту «інфотейментизації».

У такому форматі за період 2019–2021 рр. в ефір вийшли сюжети у програмах «ЗШ» та «ЖВЛ» про ряд українських кіно та театральних акторів і режисерів, серед яких і видатні імена – Іван Гаврилук, Назар

Задніпровський, Леся Самаєва, Олеся Жураківська, Остап Ступка, Дмитро Лаленков, Наталія Васько, Ахтем Сеїтаблаєв, Катя Царик, і народні улюбленці – Антоніна Хижняк, Тарас Цимбалюк, Марк Дробот, Олексій Нагрудний, Олексій Суровцев, Дмитро Лаленков, Вячеслав Довженко, Валерія Ходос, Андрій Пономаренко, Олександр Попов тощо.

Слід також зауважити, що окрема тематична група сюжетів мистецького змісту (у тому числі й кінокон-тенту) – це формат історій українських зірок про любов, знайомство з членами родини, екскурсія будинком, адже ці теми приваблюють глядача. Так, в одному з випусків «Зіркового шляху» йшлося про подружнє життя акторів Андрія Федінчика та Наталки Денисенко: «Усі пам'ятають сагу про кохання «Клан ювелірів» від каналу «Україна». Та мало кому відомо, що головні герої Тимур та Зоя – вони ж актори Андрій Федінчик та Наталка Денисенко – насправді подружжя і в житті. Їхня власна історія розпочиналася не менш драма-тично і також заслуговує на окремий серіал», – йдеться у сюжеті (Зірковий шлях, 2022). Сповнені особистих перипетій також історії подружжя Ольги Сумської та Віталія Борисюка, Володимира та Олени Горянських, Дмитра Ступки та Поліни Логунової, Григорія Бакланова та Анастасії Цимбалару.

Портретні інтерв'ю кінодіячів та зіркових акторських пар дають змогу актуалізувати для глядача забуті стрічки та їх виконавців, нагадати переглянути фільм за їхньої участі або ж відкрити для себе нові імена серед нових телевізійних прем'єр.

Серед численних сюжетів програми «ЖВЛ» у вигляді портретних інтерв'ю репортажі є рідкістю. Такий висновок обумовлено наявністю у кожному випуску програм саме портретних інтерв'ю, натомість як репортажні сюжети є нерегулярними через їхню подієвість. Однак варто відзначити, що у «ЗШ» кількість репортажів, зокрема таких, що висвітлюють прем'єри українських фільмів, більша. Натомість, у «ЖВЛ» найчастіше це залаштунки зйомок фільмів («Сказане весілля»), прем'єрний показ серіалу, як правило виробництва телеканалу «1+1» (наприклад, серіал «Дикі»). Про тріумф стрічки «Стоп-Земля» Катерини Горностай та інші прем'єри йдеться в репортажі з Одеського міжнародного кінофестивалю, який відбувся офлайн після карантинної паузи.

Значний акцент журналістів та редакторів програм зосереджений і на українському серіальному вироб-ництві, зокрема це стосується продукту телевізійних телеканалів «1+1», «Україна», «СТБ». Так, у «ЖВЛ» присутній цілий ряд сюжетів про акторів серіалу «Школа» (Микита Вакулюк, Ірина Кудашова, Ліза Василенко, Анна Трінчер), «Моя улюблена Страшко» (Артур Логай, Ірина Поплавська), «Слід» (Олексій Суровцев, Олександр Боднар, Антоніна Хижняк), «Спіймати Кайдаша», «І будуть люди» (Георгій Баклан, Антоніна Хижняк, Віктор Жданов, Тарас Цимбалюк, Ірина Мак), «Дикі» (Дар'я Петрожицька, Ельдар Кабіров, Руслан Хамунак), «Село на мільйон» (Анна Кошмал, Костянтин Войтенко), «Століття Якова» (Станіслав Боклан, Наталка Денисенко), «Кава з Кардамоном» (Леся Самаєва, Тарас Цимбалюк), «Ромео і Джульєтта з Черкас» (Назар Задніпровський, Поліна Василина, Костянтин Войтенко, Андрій Понома-ренко), серія фільмів «Сказане Весілля» (Назар Задніпровський, Леся Самаєва, Інна Приходько, Поліна Василина, Катерина Файн).

Однак варто відзначити, що далеко не всі українські серіали (які були створені українськими продакшн-чи кіностудіями, за участі творчої команди українців) були відзняті українською мовою. Як-от «Центральна лікарня», «СидОренки–СидорЕнки», «Родичі», «Кріпосна», «Доктор Віра», «100 тисяч хвилин разом», «Дикі». Відповідь на запитання «чому так відбулося?» дізнаємося у ряді інтерв'ю з представниками україн-ської кіноіндустрії в оновленому восьмому сезоні програми «ЖВЛ» на телеканалі «ТЕТ», куди після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну «переїхали» всі розважальні проекти (прем'єра відбулась 8 серпня 2022 р.).

Як розповідають герої сюжетів програм, найчастіше це відбувалося тому, що навіть після 2014 року в українських серіалах продовжували грати російські актори, а їхні українські колеги погоджувалися на пропозиції через відсутність роботи. Наприклад, акторка Антоніна Хижняк («Спіймати Кайдаша», «Слід») розповідає, що заробляла на життя озвученням та дубляжем, але працювати з росіянами не хотіла: «Дехто з продюсерів чекає, що якось все налагодиться... та хоче озвучити українською серіали з росіянами, які були зняті до війни. Але я відмовилася, вся спілка дикторів, професійні актори озвучки дубляжу проти цього... навіщо далі толерувати ці обличчя? У всіх рильце в пушку... всі знімалися, але боялися всі 8 років щось сказати. Ірма Вітовська, дякую, не боялася». А сама Ірма Вітовська в одному з інтерв'ю зазначає: «Після Іловайську я відмовилася від будь-якої співпраці не те що з росіянами, а й з російськомовним продуктом, усвідомивши, що українська мова – це зброя. Це питання сумління кожного» («ЖВЛ», 2022).

Натомість актор Тарас Цимбалюк («Чорний Ворон», «Супер Копи», «Спіймати Кайдаша») зізнається, що шкодує про співпрацю та дружбу з колегами з країни-агресорки: «Ми просто самі будемо їздити та зупи-няти ці зйомки з росіянами...однозначно, а як інакше?...Я з 2014 року з ними аж бігом знімався і, звичайно, за це соромно. Зараз я б не знімався в кліпі «Ленінград», не знімався в серіалі «Останній яничар», який був напичканий російськими зірками і в мене там була головна роль». Про відсутність своєї позиції, товариство з росіянами та менші гонорари для українських акторів розповідають в інтерв'ю «ЖВЛ» і актори Алла Саліванчук («Одного разу під Полтавою», «Сурогатна мати», «Райське місце»), Костя Войтенко («Село на мільйон», «Коли ми вдома», «Джульєтта та Ромео з Черкас», «Зречення»), Наталка Денисенко («Століття Якова», «Кріпосна»).

У контексті війни оформлені й сюжети про історії кохання подружжя Дмитра Сиви та Дарії Легейди, де актори розповідають про волонтерство, пошиття одягу для військових, службу в ЗСУ тата та майбутні

плани в кар'єрі. А от інша акторська пара закоханих Антоніна Хижняк та Олександр Боднар під час інтерв'ю зазначають, що регулярно здають кров для ЗСУ, шийють прапори та закликають колег підтримати петицію до Президента заборонити громадянам країни-окупанта здійснювати на території України будь-яку діяльність у сфері кінематографії, телебачення, радіомовлення, театру та культури загалом.

На відміну від «ЖВЛ» у проєкті «ЗШ» такі непопулярні на комерційному телебаченні теми, як патріотизм, мовне питання акторів, засилля російських кадрів в українському мистецькому просторі не були рідкісними і до 24 лютого 2022 р. Наприклад, у березні 2020 р. вийшло інтерв'ю з головним актором фільму «Черкаси» Романом Семисалом, де він розповів про зйомки фільму та про власний досвід служби у війську на Сході України.

У цей час у «Зірковому шляху» також вийшов сюжет «Квоти Майдану», де йшлося про розквіт культури і мистецтва на тлі подій 2014-го року: «Український шоу-бізнес і кіновиробництво набувають самобутності і все впевненіше заявляють про себе». У сюжеті наведено приклади представників шоу-бізнесу, які через заборону виступів антиукраїнських виконавців отримали змогу проявити себе на сцені та в кіно; тих, хто почав вчити українську мову і спілкуватися нею в побуті та творити на сцені. «Хардкіс», «Без Обмежень», «Антитіла» – україномовний контент у співочому шоу-бізнесі з часів Майдану змінився невпізнано. З'явилися на небосхилі такі україномовні зірки, як Джері Хейл, Альона Альона, Аліна Паш, гурт «Казка». Останній усього за кілька років існування встиг стати першим україномовним колективом, що потрапив до всесвітньовідомого чарту Shazam. Більше того, їхній сингл «Плакала» з дебютного альбому очолив музичні рейтинги в десятці країн і набрав на Youtube понад 300 мільйонів переглядів!», – йдеться у сюжеті (Зірковий шлях, 2022). Щодо кіновиробництва, в ефірі було озвучено думку акторів, продюсерів, режисерів, що воно оживає. Наприклад: «Українське кіно знаходиться в стані дитини маленької» (В'ячеслав Довженко, актор); «це тільки сліпий може не бачити: відроджується, і доволі швидкими темпами» (Олена Мозгова, продюсер); «почали робити ставку на наших акторів... вважалося, що якщо кіно українське, то це про козаченьків, щось про історію, про село, якісь побутові стрічки чи комедійки, чи якісь пафосні, а зараз цей конфлікт збурило суспільство і вніс багато нових тем» (Роман Семисал, актор) («Зірковий шлях», 2022).

У результаті аналізу контенту «ЗШ» виявлено, що у програмі висвітлювалася також поява нових україномовних стрічок, як-от: драма «Гніздо горлиці», екшн-бойовик «Кіборги», історична драма «Захар Беркут», містичний трилер «Брама», комедія «Думки мої тихі». Також у сюжетах піднімалися питання фінансування українських стрічок. Зокрема в одному з ефірів шлося про те, що Держкіно не одразу погодилося знімати патріотичну комедію «Наші котики». Згадувалося вітчизняне кіновиробництво і в контексті «Оскару». Наприклад, про те, що драма «Додому» Нарімана Алієва потрапила у лонг ліст (з англ. – «довгий список») на «Оскар» від України. Також порушувалися питання фінансування українських стрічок та їхньої рентабельності. Таке активне висвітлення тем, пов'язаних з українським кіно та іншими культурно-мистецькими темами у «ЗШ» обумовлене позицією керівників програми: «Ще коли зірка не надто популярна, ми звертаємо на неї увагу, розповідаємо про неї якусь інформацію. І вона стає популярною завдяки «ЗШ» у тому числі. Ми плануємо робити це і надалі, тому що для нас дуже важливо, щоб саме українські артисти були затребувані і були цікаві українському глядачу. Це наша місія № 1» («Зірковий шлях», 2022).

Ще одним аспектом відображення культурно-мистецької проблематики в «інфотейніментизованих» програмах є висвітлення рецензій на кіновиробництво. Наприклад, у декількох матеріалах програми «ЗШ» за 2019 рік були висвітлені конфлікти, пов'язані з негативними рецензіями на українські стрічки. Зокрема в одному із сюжетів під назвою «Кінокритики проти українського кіно» йшлося про те, як акторку Ірму Вітовську, яка зіграла головну роль у фільмі, зацькували кінокритики і глядачі. Так само у програмі було висвітлено критику вітчизняного бестселлера «Кіборги» режисера Ахтема Сеїтаблаєва. Водночас програма «ЗШ» вирізнялася тим, що завжди давала декілька думок на одну проблему, порушене питання або конфлікт, що є одним із принципів об'єктивної журналістики.

Цікавою є тема, що висвітлює роботу медійних особистостей в кіно. У «ЖВЛ» сюжет на цю тему має назву «На які жертви йдуть зірки естради заради ролей в кіно», в якому в досить легкій формі розповідають про акторський та продюсерський дебюти Олі Полякової, Михайла Хоми, Павла Зіброва, Олексія Потапенка та низки інших зірок. У сюжеті згадуються стрічки «Свінгери», «Дзідзьо Контрабас», «Сказане весілля», «Перший раз», «Інфоґолік», «Продюсер», озвучені їхні касові збори та нагороди (приз глядацьких симпатій премії «Золота Дзига» отримали стрічки «Дзідзьо контрабас» та «Перший раз» за участю Михайла Хоми).

Натомість у програмі «ЗШ» питання доцільності участі у зйомках співаків та інших зірок з метою привернення уваги громадськості до стрічки має експертне висвітлення. Так, за допомогою синхронів (тобто фрагментів прямої мови) декількох кінокритиків (наприклад, Андрія Гусева, Антона Філатова, Олега Вергеліса) та акторів було рецензовано участь у стрічці «Поводир» співачки Джамали, роль у фільмі «Дзідзьо Контрабас» співака Дзідзьо. Думка про необхідність підтримки українського кіно, українських режисерів, акторів і драматургів також часто звучала у сюжетах мистецького спрямування програми «ЗШ».

Під час війни журналісти і редактори програм «ЗШ» та «ЖВЛ» продовжили діяльність, обравши за найоптимальніший жанр інтерв'ю з акторами, режисерами, співаками. Наприклад, в інтерв'ю з Ахтемом Сеїтаблаєвим обговорили загибель українських акторів на фронті, зокрема Паші Лі, рішення режисера стати до лав ТРО, акторка Ірма Вітовська розповіла глядачам програми про реакцію закордонної публіки на стрічку «Думки мої тихі», про формування образу України в російському кіно та про акторів, за яких соромно, актор та волонтер Андрій Римарук («Атлантида», «Відблиск», що отримали нагороди на кінофестивалях у Венеції)

розказав про роботу у «Повернись живим», де очолює воєнний департамент, як втратив дім у Бучі та про плани у кар'єрі.

Окрім інтерв'ю у «ЖВЛ» з'явилася рубрика «Поверніть мені мій рік», яка покликана висвітлити здобутки України у музиці, спорті, кінематографі, показати розвиток телебачення, зміну суспільних настроїв та найбільш знакові події кожного року Незалежності, починаючи з 1992-го. Чимало здобутків українського кінематографу, що висвітлені в цій рубриці, маловідомі більшості глядачів. Наприклад, у сюжетах рубрики дізнаємося, що у 1993 р. студія «Укртелефільм» відзняє 20-серійну історію української Попелюшки «Царівна» за мотивами повісті Ольги Кобилянської, 1995 р. на екранах з'являється вітчизняний еротичний серіал «Острів любові» за мотивами українських класиків, а разом з ним сходить зірка Ангіна Мухарського. 2000 р. рейтинги очолює історичний серіал «Чорна рада» за участі Богдана Ступки, Богдана Бенюка та Руслани Писанки, 2001 р. фільм «Молитва за гетьмана Мазепу» показують на Берлінському кінофестивалі, 2004 р. екранізують класику «Украдене щастя» – серіал із саундтреками Святослава Вакарчука.

Присутні у сюжетах рубрики мали значну кількість негативних конотацій про українське кіновиробництво, з акцентуванням на недостатньому розвитку вітчизняної кіноіндустрії. Наприклад, у ряді сюжетів йдеться «... та не в Голлівуд, а у Польщу їдуть наші актори зніматися у «Вогнем і мечем»; «В Україні ж більше знімають реклами, ніж фільмів» (сюжет про 1998–1999 рр.); «Життя блондинки в шоколаді» (фільм з Періс Хілтон) ще те кіно. В нас такого поки що не знімають. Натомість активно створюють мультяки. Мультфільм «Йшов трамвай 9» про типовий ранок містянина спершу планували робити з паперу, та на таке навіть целюлози на кіностудії не знаходиться, доводиться ліпити з пластиліну. І от на тобі – отримуємо «Срібного ведмеда» на Берлінале» (2002 р.); «Українські кіновиробники в прольоті, але наш «Мамай» завдяки оскарівському шорт листу заявляє про себе на весь світ. Хоча самі українці чекають прем'єри Тарантіно «Вбити Білла», «Люди ікс», «Лари Крофт» та «Піратів карибського моря» (2003 р.); «Наше ж кіно поки що не в фаворі у вітчизняного глядача, але підкорює Францію стрічка «Подорожні» про акторів у будинку пристарілих, отримує приз Каннського кінофестивалю» (2005).

Згадано у рубриці «Поверніть мені мій рік» і такі важливі для українського кіно події як обов'язковий для всіх стрічок дубляж українською мовою (2006 р.), відкриття Одеського кінофестивалю (2010 р.), фільми «Штольня», «Тарас Бульба», «Поводир», «Плем'я», «Зима у вогні», «Червоний», «Сторожова застава», «Кіборги», серіал «Тільки кохання» та анімаційні роботи «Лис Микита», «Микита Кожум'яка» тощо.

Результати і обговорення. Результати опитування продемонстрували, що з 249 опитаних респондентів 213 (85.5%) вважають: на українському телебаченні бракує програм на культурно-мистецьку тематику. Серед тих, хто відповів ствердно, 37.3% віддають перевагу контенту про кіноіндустрію інформації про діяльність акторів та режисерів, 19.3% цікавлять музика та новини шоу-бізнесу, 17.3% виявляють інтерес до живопису, фотографії, виставок та інших графічних мистецтв, 14.9% найбільше приваблює літературна тематика, 11.2% опитаних привертає увагу театр, вистави, балет та хореографічні постановки.

Відповідно, 93.2% респондентів відповіли, що хотіли б бачити більше програм на культурно-мистецьку тематику на українському телебаченні. 39.3% опитаних дивляться програми про зірок та відомих особистостей, зокрема «Зірковий шлях» та «Життя відомих людей». Водночас з цим, 67.1% респондентів відзначали для себе наявність контенту про діячів культури та мистецтв (акторів, музикантів, режисерів, письменників тощо) у програмах про відомих людей, у той час як 32.9% такої закономірності не помітили (рис. 1).

Який тематичний напрям таких програм вас цікавить найбільше?

249 відповідей



Рис. 1

Проведений авторами контент-аналіз обох програм засвідчує, що пріоритетним жанром обох аналізованих телепроектів є портретне інтерв'ю. Натомість жанр репортажу був висвітлений меншою мірою в обох програмах, а особливо у «ЖВЛ». Тому пропонуємо редакторам програм звернути на це увагу, особливо з огляду на те, що в аналізований період в прокат вийшло близька 100 українських стрічок, які б могли бути влучним інформаційним приводом. В інтерв'ю у фокусі уваги журналістів, крім вже видатних імен, частіше почали з'являтися нові імена, яких нещодавно відкрив для себе український глядач. Річ у тім, що

в результаті засилля кадрів країни-агресора в українському кінопросторі, українські актори довгий час залишалися в тіні, про що самі вони розповідають у сюжетах. Так, акторка Віталіна Біблів зазначає: «Якби після 2014 року нам дали позніматися, відчути себе акторами, не просто принеси-подай, не просто в масовці, не повія, не медсестра, а майже головна героїня. Мотивували це тим, що країни СНГ в основному російськомовні і країни СНГ знають тільки московських акторів. На що я хочу сказати: поважні продюсери, які таке говорять, виявляється, я дуже популярна в Казахстані» («ЖВЛ», 2022).

Порівняльний аналіз контенту програм показав, що кінотематика більш активно висвітлювалася ще до війни у проєкті «Зірковий шлях». Зокрема, у форматі критичних рецензій, репортажів з прем'єр українських стрічок, сюжетів про актуальні питання вітчизняної кіноіндустрії.

Проведений контент аналіз випусків обох програм засвідчив зростання ролі культурно-мистецьких програм під час агресії Росії до України (включно з хронологічними межами дослідження), адже ці програми стали виконувати не лише розважальну функцію, але й освітню та перетворилися на своєрідний майданчик популяризації української культури. І хоча в ефірі на час повномасштабної війни з'явився єдиний марафон, досліджувані програми дещо змінили формат і все ж продовжили мовлення. «Зірковий шлях» у зв'язку із закриттям телеканалу «Україна» переніс мовлення в Інтернет і трансформувалася із програми «Зірковий шлях» у програму «Зірковий», а «ЖВЛ», як було зазначено вище, почав виходити на телеканалі «ТЕТ» замість «1+1» з новим ведучим. Причини переходу на інші платформи та зміни у форматі програм є вагомим приводом для подальших досліджень та нових наукових напрацювань.

Висновки. Дослідження доводить, що українська телевізійна аудиторія має запит на культурно-мистецький контент на телебаченні – 93.1% опитаних відповіли, що хотіли б бачити більше подібного контенту. 2019–2022 рр. були плідними для українського кінематографу, а сюжети, інтерв'ю (найчастіше) та репортажі (цей жанр використовувався рідше, але також був присутній в ефірі) про кіно, акторів, режисерів доволі активно транслювалися у програмах «Зірковий шлях» та «ЖВЛ», що доводить: попри загальні правила та нелюбов комерційних загальнонаціональних телеканалів до висвітлення культурно-мистецького контенту в цілому та кіноконенту зокрема все ж існують успішні приклади висвітлення різних аспектів українського кіно у телепрограмах. Тут важливими є кілька факторів. По-перше, це воєнні дії Росії проти України і, як наслідок, обмеження російського контенту та збільшення на телеканалах частки українського продукту (і, відповідно, українськомовного). По-друге, редакції телеканалів адаптують новини під свій формат, додаючи перцептивних гачків, розважальних елементів, аби глядач не перемкнув телеканал. Ось таке своєрідне балансування між «якісним» та «рейтинговим» контентом, незважаючи на критику теоретиків сфери телебачення, робить можливим висвітлення тем культурного спрямування на багатомільйонні аудиторії, а отже, попри всю свою недосконалість, заслугоує на повагу та має право на втілення (67.1% опитаних відзначили наявність контенту про діячів культури в аналізованих програмах). По-третє, помітним є зростання рівня національної свідомості серед телеглядачів. Результати проведеного авторками цієї статті опитування продемонстрували, що запит на збільшення культурно-мистецького сегменту на телебаченні є достатньо високим. Найбільшою мірою респондентів цікавлять новини та події зі сфери кіно, театру та музики. Але водночас зауважимо, що аналізовані інформаційно-розважальні програми на комерційних телеканалах не задовольняють повною мірою запит аудиторії у культурно-мистецькому контенті. Відповідно, якщо топ-менеджмент каналів відреагує на таку зацікавленість аудиторії новими проєктами, у майбутньому можна буде помітити зміни в ефірній сітці на користь контенту про кіно, музику й інші культурно-мистецькі втілення на топових комерційних телеканалах країни та їхніх онлайн-ресурсах.

Список використаних джерел:

1. Джолос О.В. Упровадження Суспільного телемовлення в Україні: комунікаційні організаційні та правові аспекти : дис. канд. наук з соц. комун. : 27.00.04 / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2017. 215 с.
2. Життя Відомих Людей «1+1». URL : <https://1plus1.video/zhizn-izvestnyh-lyudej>. (дата звернення: 10.01.2023).
3. «Зірковий шлях» на телеканалі «Україна». URL: <https://kanalukraina.tv>. (дата звернення: 05.07.2022).
4. Іщенко А. І. Історія становлення українського телебачення: виникнення телевізійних професій та апробація жанрів екранного мистецтва (1939–1969 рр.). : дис. канд. наук з соц. комун.: 27.00.04 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2020. 259 с.
5. Мадей А.С. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.). : дис. канд. наук з соц. комун.: 27.00.04 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2020. 278 с.
6. Сім орієнтирів «ТСН»: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/production/article/38798/2008-06-04-sim-orientyiv-tsn-skandaly-sensatsii-strakh-smert-seks-smikh-i-groshi/> (дата звернення: 20.12.2022).
7. Черемних І. В. Дослідження контенту українського медіа ринку. *Актуальні питання масової комунікації*. К., 2017. Вип. 21. С. 36–51. DOI 10.17721/2312-5160.2017.21.36-50
8. Emanuel, S. (1993), Cultural Television: Western Europe and the United States, *European Journal of Communication*. Vol. 8 (2), p. 131–147. DOI 10.1177/0267323193008002001
9. Van den Bluck, H. (2001), “Public service television and national identity as a project of modernity; the example of Flemish television”, *Media Culture & Society*, Vol. 23 (1), p. 53–70. DOI. 10.1177/0163443717734.
10. Y. Song (2013) A comparison of arts and culture television programmes between the BBC and KBS, Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford, 29 p.

References:

1. Dzholos O. V. (2017) Uprovadzhennia Suspilnoho telemovlennia v Ukraini: komunikatsiini ta pravovi aspekty [Introduction of Public Broadcasting in Ukraine: Communication Organizational and Legal Aspects]. [Doctoral dissertation, Classical private university]. [in Ukrainian].
2. Zhuttya Vimomih Ludey "1+1". [The lives of famous people]. <https://1plus1.video/zhizn-izvestnyh-lyudej>. [in Ukrainian].
3. Zirkoviy slyah « Ukraina» [The star's way]. <https://kanalukraina.tv> [in Ukrainian].
4. Ishchenko A. I. (2018) Istoriya stanovlennya ukrayins'koho telebachennya: vynyknennya televiziynykh profesiy ta aprobatsiya zhanriv ekrannoho mystetstva (1939–1969 rr.). [The history of the formation of Ukrainian television: the emergence of television professions and new genres of screen art (1939–1969)]. [Doctoral dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv]. [in Ukrainian].
5. Madey A.S. (2020) Istoryko-kul'turnyy kontent informatsiyno-analitychnoho tyzhnevyya «Dzerkalo tyzhnya. Ukrayina» (2004–2019). [Historical and Cultural Content of the Information-Analytical weekly newspaper "Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina" (2004–2019)]. [Doctoral dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv]. [in Ukrainian].
6. Sim oriyentyriv "TSN": Skandaly, Sensatsiyi, Strakh, Smert', Seks, Smikh i Hroshi. [Seven landmarks of "TSN": Scandals, Sensations, Fear, Death, Sex, Laughter and Money]. Detector media. <https://detector.media/production/article/38798/2008-06-04-sim-oriientyriv-tsn-skandaly-sensatsii-strakh-smert-seks-smikh-i-groshi/>. [in Ukrainian].
7. I. V. Cheremnykh. (2017) Doslidzhennya kontentu ukrayins'koho media rynku [Research on the content of the Ukrainian media market]. Aktual'ni pytannya masovoyi komunikatsiyi. Vol. 21. P. 36–51. DOI 10.17721/2312-5160.2017.21.36-50
8. Emanuel, S. (1993), Cultural Television: Western Europe and the United States, European Journal of Communication, Vol. 8 (2), p. 131–147. DOI 10.1177/026732319300800200. 1 [in English].
9. Van den Bluck, H. (2001), "Public service television and national identity as a project of modernity; the example of Flemish television", Media Culture & Society, Vol. 23(1), p. 53–70. DOI. 10.1177/0163443717734 [in English].
10. Y. Song (2013) A comparison of arts and culture television programmes between the BBC and KBS, Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford, 29 p. [in English].