

УДК 007:304:070

В. В. Гоян, Т. А. Захарс

ІСТОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-РОЗВАЖАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

У статті проаналізовано історію становлення інформаційно-розважального телебачення України, починаючи з 80-х рр. ХХ ст. Ідеться і про те, як формувався цей тип мовлення, що вплинуло на створення принципово нових за структурою й змістом телевізійних проєктів, як змінювався статус екранного персонажа: диктора, автора-ведучого, модератора, шоумена, зрештою, які перспективи на майбутнє.

Ключові слова: ведучий, інформаційно-розважальні програми, мас-медіа, телебачення.

І. Вступ

Технічний, творчо-виробничий, правовий напрями розвитку телебачення спираються на економіко-правові, технологічні, стилістичні, змістові аспекти. Актуальними вважаються, зокрема, споріднені для таких екранних мистецтв, як кіно і телебачення, концепції розвитку, відомі в теорії як “люм’єрівська” та “мельєсівська”, названі так за іменами ушавлених французьких творців екранного видовища: перша зорієнтовує до художньо-документального, друга – до образного осмислення події. “Люм’єрівська” тенденція в аудіовізуальному мистецтві відтворює справжній рух речей, афективно впливаючи на глядача і таким чином “запускаючи” в його психіці механізми ідентифікації. “Мельєсівська” тенденція привнесла в кіно і на телебачення іншу якість – деформацію просторово-часового континууму, вибудовану драматургію тощо” [14, с. 15], – наголошують дослідники. У цьому контексті варто звернутися до історичних етапів розвитку телебачення, особливо з огляду на процеси трансформації сучасних електронних мас-медіа, що є актуальним для сфери соціальних комунікацій та журналістикознавства.

Загалом слід зауважити, що різні джерела по-різному трактують поняття власне українського телебачення, деякі дослідники стверджують, що саме зміни в політичному устрої спричинили народження українського телебачення, зокрема, “конкретні кроки щодо державної інформаційної політики у галузі телебачення і радіо були зроблені на початку 1995 р. – Леонід Кучма тоді підписав відповідний указ” [15]. Знавці медіакомунікацій ототожнюють появу українських телепрограм із референдумом 1991 р. та початком роботи експертної групи над законопроектом “Про телебачення і радіомовлення”. Однак слід підкреслити: тут ідеться про історію становлення телебачення незалежної України. Українське ж телебачення

народилося задовго до славетного 1991 р. й заслуговує комплексного дослідження всіх періодів розвитку.

Аналізуючи українські та зарубіжні наукові розвідки, присвячені історії мас-медіа, слід звернути увагу на відмінні підходи щодо тлумачення періодизації телебачення, радіомовлення, преси. Так, Б. МакНейр виділяє “пострадянський період перетворень”: 1986–1990 рр. пов’язує з прийняттям законів про мас-медіа у пострадянських республіках; 1990–1991 рр., на його думку, є “золотим часом преси”, а з 1991 р. до сьогодні – посткризовим [8, с. 14]. На загал учені схиляються до такої періодизації: 1985–1990 рр. – період гласності; 1993–1995 рр. – час становлення ЗМК як інституції, далі – період комерціалізації та концентрації мас-медіа. У контексті історичного розвитку така періодизація виглядає переконливо.

Основні концепти історії творчо-технологічного становлення українського телебачення викладено в низці праць українських дослідників [4, 5; 6; 9; 10; 11; 14; 16; 18]. Окремо слід згадати й науковий колоквиум студентів та аспірантів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка “Історія українського телебачення: перший ефір”, матеріали якого допомогли відчутти наблиз добу механічного телебачення, особливо в культурне тло 30-х, коли “десята муза”, як ще називають телебачення, шукала однодумців та прихильників в усьому світі. Учасники презентували роботи, присвячені радіомовленню, кінематографу, мультиплікації, екранній публіцистиці, аналізу технологічних, виробничих, творчих аспектів тогочасного телебачення, історії першої української телевізійної трансляції [7]. Однак цих матеріалів поки недостатньо. “В історії журналістики бракує систематизованого обґрунтування та опису розвитку українського телебачення (перший період – це 20–30-ті рр. ХХ ст.; другий – 40-ві рр.; третій – 1951–1972 рр.; четвертий – 1972–1991 рр.; п’ятий період розпочинається з 1991 р. й триває по сьогодні), тому ком-

плексна структуризація та аналіз усіх періодів залишатиметься актуальним завданням для наукових розвідок у сфері соціальних комунікацій” [5, с. 24]. По суті, кожен із окреслених вище періодів заслуговує послідовного аналізу. Адже в різні роки свого поступу українське телебачення долало різні проблеми, як творчі, так і технологічні, інакше кажучи, приміряло різні моделі розвитку – від “люм’єрівської” до “мельє-сівської”, або ж намагалося поєднати одну з іншою.

II. Постановка завдання

У цій статті ми прагнемо зрозуміти, коли і як формувалося українське інформаційно-розважальне телемовлення, що вплинуло на створення принципово нових за структурою і змістом телевізійних проектів, як змінювався статус екранного персонажа: диктора, автора-ведучого, модератора, шоумена, зрештою, які перспективи.

III. Результати

Чимало дослідників схильні вважати, що саме 80-ті рр. ХХ ст. були тією своєрідною відправною точкою епохальних корекцій телеефіру. “Наприкінці 80-х рр. минулого століття загальносоюзне ефірне телебачення стало трибуною для молодих, інтелектуальних, високоосвічених журналістів, які у своїх програмах розробляли теми, що цікавили широкі верстви суспільства. Для радянського глядача піонерами авторського телебачення стали В. Лістьєв, О. Любімов, К. Прошутинська, В. Познер. Надалі в телевізійному просторі незалежної України авторські проекти широкому загалові представили О. Герасим’юк, К. Гнатенко, М. Вересень, О. Ткаченко та інші”, – зазначає А. Шоріна [20, с. 8].

Період після 1985 р., знаменний активними суспільними змінами, позначився й на ефірній ідеології. Цікаво, що українське телебачення, хоч і прагнуло нового, все ж виглядало дещо консервативним, маючи “сталі імідж провінційного, несамостійного” [1, с. 3] на тлі всесоюзного. Чому так було? Серед причин слід назвати не лише нестачу фінансування, технічну відсталість, особливо регіональних студій, а й своєрідний творчий застій, так званий відредагований плюралізм думок, “сірість” екранного видовища, авторських ідей. Саме тому поодинокі оригінальні телевізійні проекти, що стартували в ефірі, видавалися особливими. Можна сказати, що журналістам тогочасних програм випала чудова нагода стати телезірками, потіснивши в ефірі традиційних дикторів. Щоправда, для цього потрібно було вміти виграно виділитися. Аналізуючи другу половину 80-х рр. ХХ ст., варто згадати, що телебачення, як і преса, радіомовлення, залишалося рупором партійної пропаганди та агітації, хай і в світлі ідей перебудови. Це був час, коли “новий лідер СРСР Михайло

Горбачов узяв курс на ревізію радянської системи, запровадження демократичного стилю керівництва, втілення засад гласності в управлінні державою, висвітлення негативних явищ повсякденного життя” [12, с. 25]. Тоді медійники опинилися на гребені хвилі, і саме телебачення відповідно до своєї природи та специфіки стало найбільш ефективним джерелом інформації.

Цей відтинок часу достатньо повно висвітлений у теорії та історії української журналістики, зокрема, слід згадати праці М. Андрющенко, З. Дмитровського, В. Гоян, О. Гояна, Ю. Кияшко, В. Лизанчука, І. Мащенко, В. Набруска, М. Нагорняк, Н. Темех, І. Пенчук, Г. Сашук, Н. Симоніної, А. Шоріної, А. Яковця та ін. Про перспективи українського республіканського телебачення як складника оновленого всесоюзного мовлення писали також представники російської наукової школи, зокрема В. Зверєва, І. Засурський, Я. Засурський, О. Кузнецов, В. Цвік, О. Юровський та ін.

Додамо, що пострадянська риторика неабияк позначилася на медіакартині світу, вочевидь, українське телебачення зазнало суттєвих творчо-технологічних і структурних змін. Ідеться про становлення загальнонаціональної телевізійної системи, реформування програмної політики, зміни в розумінні ролі інформації в суспільстві, функцій професійного журналіста та принципів журналістської творчості. Період 90-х рр. ХХ ст. заклав підґрунтя новітнього українського телебачення – узаконеного, реорганізованого, структурованого, високотехнологічного, багатoprogramного, багатоканального, водночас особистісного, авторського, телебачення як сфери творчості й телебачення як виду бізнесу. Це час активного пошуку нових екранних форм, освоєння нової телевізійної естетики, впровадження нових телевізійних технологій, організації нового телевізійного менеджменту [4]. Саме тому цей період є надзвичайно цікавим для сучасних дослідників електронних мас-медіа.

Взявши до уваги слушні аргументи колег, Т. Шальман, наголошує: “...відлік комерціалізації українського телебачення слід починати від 1989 р., коли було здійснено першу спробу поєднати технічний і творчий потенціали державного телебачення в Україні та кошти недержавного інвестора – комерційного банку. Продуктом такого поєднання стали мистецькі події міжнародного рівня – фестиваль “Червона рута” у 1989 та 1991 рр.” [цит. за 19, с. 37]. Додамо, що позитивний досвід, здобутий телевізійниками в ході організації телетрансляцій “Червоної рuti”, знадобився й для інших фестивальних проектів, як от: “Вернісаж-91”, “Нова українська хвиля” (1992 р., м. Київ).

Телебачення доби перебудови буквально поринуло в прямий ефір. Ось як виспо-

вився про цей період І. Мащенко: “Перебудова, гласність і телебачення... Ці три поняття “епохи Горбачова” досить тісно пов’язані між собою. Гласність як один із проявів демократизації суспільного життя чи не найширший вияв у засобах масової інформації знайшла саме на “домашньому екрані”. Саме в цей час телебачення (поряд із радіо) повернуло собі найпотужнішу свою зброю – прямий ефір” [10, с. 126].

Пострадянське телебачення цікаве ще й тим, що породило феномен авторського мовлення. Важливо, що журналістикознавці активно досліджують цей сегмент ефіру. Зокрема, В. Зверєва акцентує на інтелігентності як одній з виразних рис тогочасної екранної мови. “У програмах авторського телебачення дискурсивна різноманітність була незрівнянно більшою, ніж в офіційних новинах: у них були відсутні “високий штиль” і епічність, ведучі та учасники передач говорили звичайною “людською” мовою. Ця впізнана мова не була специфічним винаходом телебачення доби перебудови, але вперше застосовувалася для бесіди на серйозні політичні теми. Ведучі та герої пізнього радянського телебачення доповнили ефір помітним інтелігентським дискурсом” [6]. А ось А. Шоріна, вивчаючи тематичні та жанрові аспекти авторських телепрограм, характеризує тогочасне мовлення як “авторське телебачення докомуністичної доби”, оскільки його програмні засади принципово інакші від сучасних телепроектів, маркованих на ТБ як “авторські” програми [20, с. 9].

Експерименти з жанровими формами, стилем ведення, екранною подачею інформації були схвально оцінені глядачами та критиками. Науковці також долучилися до обговорення актуальних проблем телебачення. Конструктивну думку висловив В. Цвік: “З появою ери гласності, реформування системи вітчизняного телебачення і радіо посада оглядача втратила свій ореол, у багатьох випадках стерлися грані між коментатором і оглядачем, хоча жанрові кордони між коментарем та оглядом залишаються доволі чітким” [18, с. 54].

Ця заувага стосується пострадянського телебачення, яке по-різному торувало свій шлях у колишніх радянських республіках. Та для більшості республіканських телестудій ставало звичним порушувати раніше заборолені теми, форми, жанрові канони. Телевізійники шукали нові можливості екранної виразності, міксували інформацію та розваги, додаючи аналітику до новин. Такі експерименти стали прикметними рисами аналізованого періоду. Не випадково ефір почав “вибухати” новими екранними проектами, оригінальними за побудовою та змістовим наповненням. Природно, ініціативи центральних мовців підхоплювали регіональні сту-

дії. На базі окремих редакцій виникали творчі об’єднання, а підприємливі та ініціативні медійники відкривали телестудії, продюсерські центри, приватні медіакомпанії. У ці часи почав формуватися телевізійний ринок, що об’єднав зусилля ефірних, кабельних, супутникових телеканалів, продюсерських центрів та творчих студій.

Ще один важливий етап розвитку телебачення – поява телевізійних мостів, зокрема Київ-Братислава (1986–1988 рр.), Київ-Бірінгем (1988–1989 рр.), Київ-Тампере (1987 р.), Київ-Софія (1989 р.), які готувались зусиллями різних редакцій УТ. На думку Г. Сащук, подібну зацікавленість передаванням інформації за кордон можна пояснити не лише розвитком технічних можливостей, але й ефектом “єдиного людського гуртожитку” [16]. Згодом подібні передачі втратили популярність, а інтегративна функція телебачення реалізовувалася у спілкуванні з аудиторією засобами листів, телефонних дзвінків, повідомлень на пейджер, смс-повідомлень, прямих включень, запрошень до студії та зйомок за участю глядачів. Для прикладу згадаємо випуски телепрограми “Мелорама” (“Інтер”, 2001 р.), присвячені святу Івана Купала, що знімалися на Трухановому острові, тощо.

Корисними для розуміння історичного контексту розвитку телекомунікацій є міркування С. Войтка та К. Ангелова, які за основу періодизації визначають кризу, що стимулює “стрибокподібний рух розвитку галузі: 1995 р. – кредитні картки на 5 років; 1996 р. – злиття різнопрофільних галузей (глобалізація), де електронні виступали в ролі керіваних; 2000 р. – проблема “2000”; 2001 р. – продовження (чи повтор) кризи “2000”; 2002 р. – банкрутство високотехнологічних компаній, принципи роботи яких більшою мірою базувались на комп’ютерних рішеннях” [2, с. 74].

Про основні віхи модернізації галузі влучно висловлюється також М. Андрущенко: “Реформування українського телебачення в умовах незалежності, підвищення його іміджу відбувається за чотирма магістральними напрямками: децентралізація, демонополізація; розвиток багатопрограмності; впровадження й удосконалення ринкових форм організації праці. Відбувається процес роздержавлення майнової бази телебачення, переосмислення його громадського статусу, реформування інформаційного простору та організаційних структур, утвердження технічного розмаїття: крім антенного телебачення, поступово розвивається кабельне та супутникове” [1, с. 8], адже процес технічного оснащення, створення законодавчої бази функціонування загальнонаціональних та регіональних телемовців залишався пріоритетом доби 1990-х рр.

Інформаційно-розважальні програми ЦТ стали принципово новим явищем екранної культури та комунікації, а причина їх популярності полягала у вільному, неформальному, такому, що різнився від головних програм, стилі. “Характерною рисою програм був сам стиль зацікавленої бесіди на неформальній кухні. У цілому він припускав конструювання образу глядача, що “підвищує”, – звернення зазвичай до освіченої аудиторії, розлоге цитування, побіжні згадки неочевидних імен – не лише в суспільно-політичних програмах, але навіть у розважальних (наприклад, посилання на Ремарка і Бредбері)” [3].

Яскравим прикладом програми нового типу українського телебачення, що мала структурні ознаки інформаційно-розважального мовлення, можна вважати молодіжну студію “Гарт”, яка стартувала у жовтні 1984 р. Слід також зазначити, що серед її постійних ведучих саме Ігор Слісаренко, Василь Яцура та Олександр Ткаченко вирізнялися персональним стилем. Загалом інформаційно-розважальні програми молодіжної студії стали творчим майданчиком для багатьох популярних журналістів та ведучих, які згодом реалізували свої творчі амбіції в різних телепрограмах і на різних телеканалах. Згадаємо ще один успішний телевізійний проект інформаційно-розважального типу – щотижневу музичну програму “У неділю вранці”, яка вийшла в ефір у січні 1986 р. Створена зусиллями республіканського телебачення і 14 обласних телестудій, програма проіснувала до 2000 р. [9, с. 295].

Українське телебачення кінця 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст. активно використовувало таку екранну форму, як відеоканал, яку можна трактувати як “один з вагомих інструментів емансипації особистісної позиції глядача, форму його самовизначення, а далі – й самовираження” [9, с. 172]. Паралельно почали виникати інші екранні конструкції, особливу популярність здобули інформаційно-розважальні програми, де якнайповніше виявлялася багатофункціональність екранної комунікації: екран виконував роль медіатора, який формує своєрідне емоційне тло, налагоджує діалог і створює ефект реальної взаємодії телевізійного ведучого та глядача.

Цікаво, що одними з перших до ефірних експериментів вдалися “інформаційники”. Саме головна редакція інформації УТ ініціювала створення таких інформаційно-розважальних телевізійних проектів, як “Вечірній вісник” (згодом трансформувалася у програму “Будьте з нами”) та “Ранкова мозаїка” (пізніше програма змінила назву на “З сьомої до восьмої”).

“Вечірній вісник” виходила у прямому ефірі щовечора у будні впродовж 1987–

1991 рр. на державному телебаченні. Щотижня в ефірі одна творча група змінювала іншу. Головним ядром групи був ведучий-коментатор, який планував випуски. Власне, у цій програмі, одній з перших на українському інформаційному телебаченні, сповна застосовувався метод персоніфікації інформації. Серед ведучих “Вечірнього вісника” слід згадати успішних тележурналістів Євдокію Колесникову, Наталію Міщерську, Віталія Боровка, Геннадія Душейка, появи яких на екрані особливо чекали глядачі. Верстка, рубрикація, тематичне наповнення програми, жанрова палітра – ці та інші елементи окреслили концепцію нової тележурналістики. “Ця програма відіграла важливу роль у становленні інформаційно-розважального типу мовлення, дала старт авторській інформаційній тележурналістиці, доповнила новими нюансами функціональний зміст екранної комунікації, змінила уявлення про роль та завдання телевізійного журналіста, специфіку його творчості в ефірі” [4, с. 94].

“З сьомої до восьмої” виходила у прямому ефірі щоранку також у будні. На початку 90-х рр. ХХ ст. ця програма була посправжньому новаторською. Серед ведучих – Наталя Барінова, Вероніка Складенко та інші журналісти редакції інформації. Один з основних її принципів – блоковість – став прикметною рисою сучасних українських ранкових інформаційно-розважальних телепрограм (про досвід цих та інших інформаційно-розважальних телепроектів можна прочитати, зокрема, у монографії В. Гоян “Журналістська творчість на телебаченні”).

Оригінальними програмами інформаційно-розважального типу вважаємо також щотижневі ефіри “Каналу “Д” з Костянтином Грубичем, розраховані на широку аудиторію дітей та юнацтва. Okремо варто згадати досвід створення інформаційно-розважальних музичних телепрограм, зокрема, хіт-параду “Територія А”, що був особливо популярним у 1990-ті рр. (ведуча Анжеліка Рудницька) та інших телевізійних проектів, що урізноманітнили ефір державного телебачення.

Цей період історії українського телебачення висвітлений у книгах І. Мащенко, публікаціях О. Довженка та ін. Джерела вказують, що 5 грудня 1990 р. було зареєстровано першу недержавну телевізійну структуру “Незалежне телебачення України”, засновником якої виступила фірма “ТБ-Старт” [11, с. 310]. У 1992 р. в ефір виходить канал “УТ-3”, який став уособленням інформаційно-розважального типу мовлення. Саме на цьому телеканалі апробував нове екранне амплуа журналіст Анатолій Бондаренко, який до цього успішно працював в інформаційному телемовленні як випусковий редактор та вів “Вечірні новини” у перерві моло-

діжної студії “Гарт”. Інформаційно-розважальна програма “Хіт-Рік” з Анатолієм Бондаренком виходила в ефір протягом 5 років. Ось як згадує ті часи сам автор: “...покажемо в ефірі сім кліпів і запропонуємо глядачам обрати з них три найкращі для майбутньої новорічної програми “УТ-3” – своєрідний імпровізований хіт-парад... Пізніше, коли, як кажуть, пачками пішли листи, семи кліпів на ефір уже стало забагато – треба ж було спілкуватися з глядачем, та й “шапки-перебивки” чимало “з’їдали” часу. Тому “Хіт-Рік” скоротили до показу п’яти відеокліпів, з яких люди мали вибирати два найкращі” [13].

На думку В. Цвіка, модернізація українського телебачення відбувалась досить інтенсивно завдяки творчому пошуку та співпраці українських і зарубіжних телевізійників (ідеться, зокрема, про продюсерські ініціативи О. Роднянського та ін.) [18, с. 102]. Отже, оновлене українське телебачення пропонувало глядачеві різноманітну продукцію – від власних програм – до трансляцій зарубіжних шоу та фільмів, причому частка закупленого продукту зростала. Комерціалізація галузі призвела до того, що з ефіру поступово зникали телепрограми українського виробництва. Глядач хотів яскравого сучасного видовища, однак не кожен телеканал мав для цього потужний творчо-виробничий ресурс. На думку Г. Сащук, лише “...окремі комерційні телекомпанії (“1+1”, ТЕТ, СТБ тощо) приділяють увагу виробництву власних програм. Решта ж не дотягує до 50-відсоткової планки і виходить із ситуації часто за рахунок трансляції концертів, заходів та презентацій” [16, с. 30].

Кількість мовців та годин мовлення загальнонаціональних каналів, починаючи з 1991 р., збільшується, у тому числі й за рахунок розвитку проектів, залучення рекламодавців та пошуку нових образів. Якщо в 1993 р. цей показник становив **60,1** год, у 2000 р. – **218,8** год, у 2007 р. – 519,1 год, то в 2013 р. – **1081,6** год (Дані використані з офіційного сайту Державного комітету статистики України¹; що цікаво – статистичні показники функціонування ЗМК зібрані в розділі “Культура”, а не виведені в окремий параграф).

Більшість сьогоднішніх мегагравців телевізійного ринку, таких як “Студія 1+1”, “Інтер”, ICTV, СТБ, ТЕТ, “Новий канал” тощо, почали свою ефірну діяльність у 1990-х рр. й уже тоді склали конкуренцію державному телебаченню, зокрема, й в інформаційно-розважальному сегменті. Аналіз програмного продукту українських телеканалів за-

свідчив характерні ознаки телепрограм інформаційно-розважального типу. Насамперед, їх ефірну мобільність: програми можуть бути щоденними, щотижневими, ранковими чи вечірніми та займати вигідне місце в ефірній сітці телеканалу. Доречно звернути увагу на такі параметри, як хронометраж сюжетів, інтерв’ю чи студійних блоків, стилістичні та жанрові особливості матеріалів, акустичне, візуальне оформлення всіх екранних компонентів тощо. Окремо варто відзначити ступінь залучення до творчовиробничого процесу професійних суб’єктів аудіовізуальної комунікації, а також специфіку реалізації на практиці авторських ідей, колективних творчих рішень та редакційних завдань. При цьому кожен канал прагнув подати власну “родзинку”. Це вже згодом, у 2000-х рр., почалася активна структуризація телеефіру, тоді більшість каналів обрали свій формат.

IV. Висновки

Комплексний підхід до розгляду історії інформаційно-розважальних проектів українського телебачення дає змогу зробити висновки: цей тип телемовлення є синтетичною програмною структурою, що складається, як правило, з окремих сегментів: інформаційних, пізнавальних сюжетів, усних та аудіовізуальних повідомлень, інтерв’ю, тематичних блоків чи рубрик, роботи ведучих у студії, кліпів, гумору, які в сукупності демонструють завершену композиційну єдність.

Кожен поважний телеканал прагне зацікавити українського глядача технологічно сучасними, стилістично цільними ранковими чи вечірніми програмами інформаційно-розважального типу. Журналістика такого типу мовлення – пластична, емоційна, діалогічна, конвергентна (практично кожен екранний проект передбачає можливість прямого комунікування з глядачем у режимі інтерактиву, використання он-лайн технологій тощо). Сьогодні особливо відчутна потреба в такій продукції, оскільки глядач шукає хоча б трішки світла в ці похмурі дні. Важливо, що нинішні програми інформаційно-розважального типу мовлення, представлені в ефірі телеканалів “1+1”, “Інтер”, Перший національний, “ТРК Україна”, “Новий канал”, ТБІ, ICTV, – власного виробництва. І хоча репертуар телевізійних розваг все ще доволі обмежений, все ж є надія, що якісна українська телепродукція витіснить з ефіру дешеві російські серіали та унеможливить “домінування в нашій державі російського телебачення” [17, с. 15]. Справді, зараз як ніколи “...треба створювати позитивний імідж українського телебачення – не провінційного, вторинного, а справжнього мистецького явища європейського рівня, здатного відображати складні реалії державостворення та загалом сучасного світу” [1, с. 3].

¹ Доступно за посиланням: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/cltrrik/cltr_u/cltru.html.

Утім телебачення може бути і маніпулятором, здатним нав'язувати певні поведінкові стереотипи, естетизувати буденне, розмивати уявлення про справжні цінності, подавати вигідний з позицій маркетингу екранний відбиток "живої реальності". Важливо, все ж таки, добитися того, щоб українське телебачення як потужний медіаресурс протидіяло ворожій інформаційній агресії, стало ефективним інструментом формування національної ідеї, тим класичним "об'єднувачем за інтересами", елітарним і водночас доступним мас-медіа.

Список використаної літератури

1. Андрющенко М. Ю. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації [Електронний ресурс] / М. Ю. Андрющенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2011_43/Andryus.pdf.
2. Войтко С. В. Менеджмент у телекомунікаціях : навч. посіб. / С. В. Войтко, К. П. Ангелов ; за наук. ред. В. Г. Герасимчука. – Київ : Знання, 2007. – 295 с.
3. Гоян В. Вектори дослідження історії українського телебачення / В. Гоян // Історія журналістики: навчально-методичне забезпечення, теоретичні та практичні знання і навички : матеріали "круглого столу" міжнар. наук.-практ. конф. "Методологічне забезпечення підготовки журналістських кадрів у процесі роздержавлення мас-медіа та створення системи суспільних та громадських ЗМІ" [м. Київ, 24–25 трав. 2007 р.] / Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – Київ : Ін-т журналістики, 2007. – С. 48–51.
4. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 319 с.
5. Гоян В. В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.01 / В. В. Гоян ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ, 2012. – 36 с.
6. Зверева В. Поэтика социального на ТВ 1990 год [Электронный ресурс] / В. Зверева // НЛО. – 2007. – № 83. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2007/83/zv35-pr.html>.
7. Історія українського телебачення: перший ефір: матеріали наук. колов [Київ, 17 листопада 2010 р.] / КНУ ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, Телерадіо-клуб ; за заг. ред. В. В. Різуна / передм. та упоряд. В. В. Гоян. – Київ : Європейський ун-т, 2011. – 126 с.
8. МакНейр Б. Стриптиз-культура: секс, медіа и демократизация желания / Б. МакНейр ; пер. М. Леонович. – Москва : У-Фактория : АСТ Москва, 2008. – 445 с.
9. Мащенко І. Г. Телебачення України / І. Г. Мащенко. – Київ : ТЕАТРА, 1998. – Т. 1. Телебачення de facto. – 512 с.
10. Мащенко І. Г. Українське телебачення: штрихи до портрета / І. Г. Мащенко. – Київ : Посередник, 1995. – 294 с.
11. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіо-візуального процесу / І. Г. Мащенко. – Київ : Україна, 2005. – 381 с.
12. Нагорняк М. Інформаційне мовлення Національної радіокомпанії України : монографія / М. Нагорняк. – Київ : Вид-во ЛВК, 2008. – 132 с.
13. Олійник В. Музика на ТБ: як усе починалося... Анатолій Бондаренко: "Для глядача 1990-х було неабиякою ейфорією побачити концерт Майкла Джексона чи Елтона Джона" / В. Олійник // Телекритика. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/print/87082>.
14. Побєдоносцева І. Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. : 17.00.04 / І. Є. Побєдоносцева. – Київ, 2005. – 21 с.
15. Самченко В. Коли сварили за появу в ефірі у жовтій футболці й синій куртці? Чи був точкою відліку для телевізійників День проголошення Незалежності України? [Електронний ресурс] / В. Самченко // Україна молода. – Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/1932/211/68723/>.
16. Сашук Г. М. Вступ до спеціальності: телевізійна журналістика : навч. посіб. / Г. М. Сашук. – Київ : Грамота, 2010. – 184 с.
17. Темех Н. Д. Українське телебачення і проблеми формування духовності молоді : автореф. дис. ... канд. філол. наук / Н. Д. Темех. – Львів, 2005. – 21 с.
18. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика : учеб. пособ. для студ. вузов / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 495 с.
19. Шальман Т. М. Основні етапи розвитку телебачення за часів становлення незалежної України / Т. М. Шальман // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – Т. 43. – С. 36–41.
20. Шоріна А. Ю. Авторське телебачення: жанрові форми та різновиди : автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.04 / А. Шоріна. – Київ, 2008. – 19 с.

Стаття надійшла до редакції 22.05.2015.

Гоян В. В., Захарс Т. А. История информационно-развлекательного телевидения: украинский опыт

В статье проанализирована история становления информационно-развлекательного телевидения Украины, начиная с 80-х гг. XX в. Речь идет и о том, как формировался этот тип вещания, что повлияло на создание принципиально новых по структуре и содержанию телевизионных проектов, как менялся статус экранного персонажа: диктора, автора-ведущего, модератора, шоумена, наконец, каковы перспективы.

Ключевые слова: ведущий, информационно-развлекательные программы, масс-медиа, телевидение.

Hoyan V., Zahars T. History of Information and Entertainment Television: Ukrainian Experience

History of becoming of informatively-entertaining television of Ukraine is analysed in material, beginning from 80th of 20 century. Speech about that, how this type of broadcasting that influenced on creation fundamentally of new after a structure and maintenance of televisional projects was formed, as status of the CRT personage – speaker, author-anchorman, moderator, showman changed, in the end, what prospects on the future. Paid attention to the problem of division into periods of television, as in different sources meet different approaches in relation to illumination of this question. Paid attention to the problem of division into periods of television, as in different sources meet different approaches in relation to illumination of this question. It is accented on that the first period – it 20-30th XX of century; second are 40th years; third – 1951–1972.; fourth – 1972–1991; a fifth period is begun with 1991 and lasts until now. It is also marked that each of periods deserves a successive analysis and complex research.

In the article underline, that scientists investigate the period of alteration and publicity, momentous active public changes and discipling of aethereal ideology, actively. Of that time Ukrainian television, though wanted new, however looked some conservative on a background all-union. On the whole, television, as well as press, broadcast, remained the megaphone of party propaganda and agitation, though and in the light of ideas of alteration. For this reason single original televisional projects that started in the second half of 80th seemed the special: television in force of the nature and specific became the most effective information generator. Since Ukrainian television tested substantial creatively-technological and structural changes: the national televisional system, reformed programmatic politics, typology and genre palette of broadcasting, was formed.

Understanding of role of information changed also in society, functions of professional journalist and principles of journalistic work. There were new forms of the CRT spectacle – TV-bridge, authorial broadcasting, entertaining television. Active structure and commercialization of teleether began, most channels chose the format. In the article it is marked: Ukrainian television is a powerful medias resource that is in strength to become the effective instrument of forming of national idea and counteract to hostile informative aggression.

Key words: anchorman, informatively-entertaining programs, mass-media, television.