

Currently, the Internet of Everything spread with integrated artificial intelligence has completely eliminated all physical and linguistic barriers and provided citizens of good will with an unified geopolitical platform to draw attention and find joint solutions to the world's problems ... and once again leads humanity to eternal questions.

References:

1. Hopkins V. On a basement wall, drawings show the spirit, and grief, of imprisoned children. *The New York Times*, August 06, 2022
2. Luo J., Chan C.K.Y. Qualitative methods to assess intercultural competence in higher education research. *Educational Research Review*. 2022, Vol. 37. 100476
3. Milošević I. A socio-cognitive approach to problems in intercultural communicative situations. *Journal of Pragmatics*. 2019, Vol. 151. P. 118-127
4. Neroda T. Analysis of funds of branch museums polygraphically oriented topics. *Bulletin of the Book Chamber*. 2016, Vol. 7. P. 20-22.
5. Neroda T. Research of components of publishing systems on the sources of material culture. *Printing and Publishing*. 2016, Vol. 1 (71). P. 119-128
6. Spencer-Oatey H., Kádár D. Z. *Intercultural Politeness: Managing Relations across Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press, 2021
7. UNESCO and Values: Siberia Written Letters on Birch Bark. URL: www.unesco.org/archives/multimedia/document-2623

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-280-0-72>

Нікітіна М. Г.

*магістерка факультету журналістики,
Запорізький національний університет*

РОЗВАЖАЛЬНИЙ КОНТЕНТ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Інформаційний простір повсякчас впливає на психологічний стан, настрої та життєвий ритм користувачів в цілому. У зв'язку з цим, керуючись інтересами та запитам аудиторії, усталені жанри телевізійної творчості трансформуються і, відповідно, набувають нових рис. Враховуючи складну ситуацію сьогодення, повномасштабне вторгнення росії в Україну, цілодобовий марафон новин від провідних телеканалів України все помітніше (і частіше) залучає до своїх ефірів

більш «легкий контент». У новинах повідомляють про «братів наших менших», часом використовують відеофрагменти із соціальних мереж чи YouTube із кумедними витівками тварин чи поведінкою маленьких дітей, як реалії сьогодення – недолугість росіян, п'янство та бійки їх військових, бавовну у їх містах і селищах тощо.

Для зняття стресу і напруженості через перебіг подій на фронті, для певної розваги, розради (часом сміху) на телебаченні з'являються нові програми (чи поновлюється виробництво вже відомих), які не вимагають серйозної вдумливості та осмислення, а також переважно не містять аналітичної інформації, складної для сприйняття. Подібна практика у довоєнний період була досить розповсюдженою в українському медіапросторі, а явище інфотейнменту ставало дедалі популярнішим у сучасній медіакulturі. Воно стало «проникати» в новинні випуски на телебаченні, створювалися програми-інфотейнмент, а розважальний контент будувався виключно на поєднанні низки компонентів (інформація+розвага+емоційність+гра+візуальна привабливість тощо).

Водночас, до цього явища в медіа зріс інтерес і науковців, як українських, так і зарубіжних. Одні вивчали засоби поєднання інформації та розважальності в новинному дискурсі (М. Макушенко, Н. Стеценко) та особливості зазначених програм на пострадянському телебаченні (С. Мельник, Н. Шоқун, К. Чорна), інші – спільні і відмінні риси розважальних телешоу в Україні, США, Італії (А. Сімашова, Ю. Щербина), комунікативні аспекти і роль ведучих у розважальних програмах (О. Драгун), формування нових жанрових форм (Н. Симоніна), синтез прийомів, формульних жанрів і гламуру (В. Базюк), ігрові варіації інфотейнменту в умовах глобалізації інформації (Л. Саєнкова), методик соціально-психологічного впливу інфотейнменту на аудиторію [О. Морозова], особливості видовищно-розважальної культури та негативного впливу «макулатури», «щасливих новин» (Г. Набокова) тощо.

Цілком очевидно, що «у будь-якому випадку інфотейнмент означає ігрові варіації, що проробляються з тими фактами, які дає нам сама реальність. Автор стає режисером, який вибудовує свій спектакль, але не за авторською волею, а за потребами масової аудиторії» [7, с. 10–11]. Телевізійні новини сприяють короткій концентрації уваги та відсутності перспективи, – стверджує М. Медведь, «Зворушення – це нове й найвище право телеглядачів. Ми хочемо бути в захваті від того, що дивимося. Не має значення, якщо теми викладені продумано та ґрунтовно, поки нам не нудно. Телевізійні новини спонукають до поверхневих та емоційних реакцій» [14]. Війну як інфотейнмент розглядає Д.-К. Сусу – професор міжнародної комунікації, співдиректор Індійського медіа-центру

Вестмінстерського університету в Лондоні. Він вважає, що цілодобові телевізійні новини, досягають свого апофеозу під час війни та конфлікту. «Драматичне візуальне видовище насильства та смерті привертає увагу та залучає аудиторію, як мало хто інший суб'єкт медіа, незалежно від того, чи є його причини людськими (війни, бунти, вбивства), природними (повені, землетруси, урагани) чи обома причинами (голод)» [15].

Така популярність інфотейнменту свідчить про те, що воно є актуальним явищем у сучасному культурному, медійному, науковому просторах. Тому поява нового проєкту від «Студії Квартал 95» «Байрактар News» стала своєрідним «ковтком свіжого повітря» та «покликана допомогти громадянам зберігати «холодну» голову та критичне мислення в умовах боротьби з російськими окупантами» [11]. Це інформаційно-розважальна програма є прототипом «Чисто NEWS», дещо відрізняється тематикою. Через гумор, сатиру (часом сарказм) подаються актуальні військові, політичні та новини країни і світу. У такий спосіб здійснюється певна психологічна підтримка українцям у складний воєнний час. Ведучими цього проєкту є Євген Кошовий та Олександр Пікалов. Вони не просто інформують глядачів, а «висміюють агресора, таким чином знімаючи градус напруги та піднімаючи бойовий дух нації» [11].

Дозволимо собі детальніше проаналізувати один із випусків «Байрактар News», а саме від 28 жовтня 2022 р. Загальний хронометраж програми – 14 хв. 38 сек. Авторами цього випуску є Р. Коваленко та М. Сопронюк. Він складається з таких 13 тематичних блоків: прев'ю, лайфхак для мобілізованих росіян, пропаганда на ТБ, дрони-камікадзе, втеча колаборантів на Херсонщині, відповідь рашистам у світі, як врятувати рядового Лукашенка, оголошення воєнного стану в рф, страхи руських в дозорі на Херсонському напрямку, Залужний і допомога Молдові, експертні оцінки колаборантів, «смаколики» для росіян, українське світло і російська темрява, Chico & Qatoshi-ластівки.

Кожна тема в середньому висвітлюється в межах хвилини і вартує окремого аналізу інфотейнменту, то ж дозволимо собі акцентувати увагу на кількох. «Як не померти на території України – лайфхак для мобілізованих росіян» – це закадрові коментарі ведучих смішних фото, які так чи інакше торкаються питання мобілізації в рф. На екрані (яке часом поділяється на два вікна: в одному ведучий, в іншому – світлини з соцмереж, офіційних пабліків чи Інтернету), ведучі кепкують з пияцтва, зловживання горілкою та рекомендують росіянам, що «краще вмерти від «Бояришника», аніж від Байрактару». Власне «рекомендації» демонструються в чорно-білій палітрі відео; крупності кадрів, ракурси

зображення швидко змінюються, фонова музика та інтонування тексту, «запікування» цілком зрозумілих слів для глядача, а також жести, міміка Євгена Кошового та Олександра Пікалова і ключові поради для мобілізованих як от: «батько алкоголік – повноцінна сім'я, зароби собі цироз – збережи життя!» – все це про буття мобілізованих рф.

Ще одна тема у «Відповідь рашистам» презентується ведучими у вигляді казки. Заставка епізоду з палаючим кремлем, а текст ведучі римуєть, говорячи, що думають про рф у світі: «бачать Борум, Хургада – дзюрить у басейн орда», «Ригу, Вільнюс, Старий Таллін нудить з руського питання», «Париж стежить як русня харькає з вежі», «Прага бачить руські п'янки, ...згадає російські танки», «будь-де в світі, всі й одразу – руську пізнають заразу», «бачать Канни, Ніцца, Комо руські дачі за кордоном» тощо. Коротко, з сарказмом... цілком зрозуміло як «руській мір» сприймає цивілізований світ, світова спільнота.

Насамкінець «Байрактар News» показує відеоуривки Qatoshi – блогера, співака і шоумена М. Сопронюка, як зустрічають наших захисників на звільнених територіях України: несуть квіти, обіймають зі сльозами радості, щасливо махають руками та прапорами тощо. Ця підбірка вселяє надію та підсилює сподівання на мирне життя, якнайскорішу перемогу України.

Отже, інформаційно-розважальні матеріали в ефірі марафону «Єдині новини» сприяють емоційній та психологічній розрядці українського глядача. Фактаж подається з гумором, відповідними аудіовізуальним контентом і темпо-ритмічною реалізацією на екрані, роботою ведучих тощо.

Список використаних джерел:

1. Базюк В. Інфотейнмент як складова сучасного культурного простору. *Культурологічний альманах: Культурна дипломатія: стратегія, моделі, напрями*. Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2017. Вип. 5. С. 8–12.
2. Драгун Е. Інфотейнмент как явление современной медиакультуры : дисс. канд. филос. наук. URL: <http://cheloveknauka.com/infoteyn-ment-kak-yavlenie-sovremennoy-mediakultury> (дата обращения: 30.10.2022).
3. Макущенко М. Розважальна складова в новинах на телебаченні: сучасні реалії. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського*. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2012. Т. 25 (64). № 4. С. 24–31.
4. Мельник С., Шокун Н. Інфотейнмент на українском телевиденні. *Актуальні питання документознавства та інформаційної*

діяльності: теорії та інновації : зб. матеріалів II Міжнародної наук.-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса : «Середняк Т.К.», 2016. С. 419–428.

5. Морозова О. Інфотейнмент як методика впливу на аудиторію: соціально-психологічний аспект. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства*. Суми : СумДУ, 2012. Ч. 2. С. 164–165.

6. Набокова Г. Категорії дослідження телевізійної видовищно-розважальної культури. *Культура України*. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2013_41_23 (дата звернення: 30.10.2022).

7. Саєнкова Л. Особенности современной медиакультуры в условиях глобализации. *Социум и власть*. 2010. С. 97–102.

8. Сімашова А. Інформаційно-розважальні програми італійського телебачення в аспекті глобальної тенденції інфотейнменту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Том 53. С. 119–123.

9. Стеценко Н. Приемы инфотейнмента в новостном медийном тексте. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія, 2016. № 24. Том 2. С. 154–156.

10. Симоніна Н. Новітні жанри української тележурналістики: розвиток інфотейнменту. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2101> (дата звернення 30.10.2022).

11. Сурогатна бімба на пропагандонському ТБ. *Байрактар News* № 87. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yKRzcEAqhgw&t=2s>.

12. Чорна К. Особливості телевізійних програм у форматі інфотейнмент на пострадянському телебаченні. *Питання культурології*. 2015. Вип. 31. С. 196–203

13. Щербина Ю. Порівняльна характеристика розважальних шоу на телеканалах США та України. *Наукові записки Інституту журналістики*. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_51_23 (дата звернення: 30.10.2022).

14. Medved M. Television News: Information or Infotainment? URL: <https://www.catholiceducation.org/en/culture/media/television-news-information-or-infotainment.html> (last accessed: 12.11.2022).

15. Thussu D.-K. News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446220337> (last accessed: 10.11.2022).