

Приток рухливих мізків

Маша ТОМАК, «День» www.day.kiev.ua

Що сьогодні дивиться українська молодь? Мабуть, логічніше запитати про те, що пропонує молоді українське телебачення? А пропонує воно те саме, що й всім домогосподаркам країни: серіали, реаліті-шоу, ток-шоу. Шоу, шоу і ще раз шоу.

Ніхто на так звані виховну і пізнавальну функцію телебачення не зважає. Хоча для молоді аудиторії саме ці функції мали би стати домінуючими. Дотичні до цього хіба що новини, які завжди залишаються на перших стрічках телевізійних рейтингів. Після численних мильних опер, звісно...

Тут доречно знову підняти питання про нішкове телебачення. Наприклад, чому б не створити молодіжний телеканал, який би враховував потреби і інтереси сучасної молоді? Адже сьогодні молоде покоління телебаченням абсолютно ігнорується. Так само як дитяча аудиторія. Коли ви востаннє бачили якісну молодіжну телепередачу? Ми так само... А тому що не вигідно. ТБ працює зовсім на іншу аудиторію. А вигода — центральний аргумент для світу телебачення. По голівці погладити можна хіба що телеканал «Тоніс», у ефірі якого колись з'явилася програма «ЕкстреМікс», розрахована саме на молоді частини аудиторії. Пізніше на каналі виходила програма «Диваки» — абсолютно неформатна, оригінальна, вона розповідала про незвичайні захоплення наших співвітчизників-диваків і яскраво вирізнялася на фоні наштампованих шоу. Її автор і ведучий Олександр Гордус вважає, що інформаційні запити і інтереси української молоді телебачення абсолютно не задовільняє, тому що ця частина аудиторії вважається неплатоспроможною. «Тому основна маса програм, які виробляються, розрахована на старше покоління», — резюмує Олександр.

Тим часом молодь телебаченню відповідає тією ж монетою, усе більше й більше ігноруючи його просто тому, що не знаходить на екрані «поживи», як кажуть, для серця і розуму. Молода журналістка Мар'яна Закусило розповідає, що вже давно не дивиться телевізор, бо вважає час, проведений біля екрана, марно згаяним. «Я дивлюся кіно. Але кіно якісне. А його як раз на нашому телебаченні дуже мало. Щодо новин, то свою порцію свіжої інформації я отримую через інтернет. Це зручніше, і до того ж в «сітці» менше простору для маніпуляцій. Я меломан, слухаю якісну музику, але українське музичне телебачення (це, перш за все, стосується «М1») дивитися просто неможливо. Та і взагалі зараз я намагаюся не дивитися «ящик» взагалі, він просто зомбує та гальмує розвиток особистості».

Мабуть, телевізійним менеджерам не зайвим було б замислитися, що цей «неплатоспроможний» молодий сегмент — запорука їхніх майбутніх високих рейтингів і приділяти йому більше уваги. Хоча, якщо замислитися над запитанням, чи існує ризик для телеканалів років через 20—30 залишитися без телеглядачів, — то навряд чи. Телебачення дуже пластичне, а медіаменеджери — народ хитрий і гнучкий. Цей тандем миттєво підлаштовується під попит. Реаліті-шоу? Ось вам, будь ласка! Мильна опера? Дивіться на здоров'я. Ось вам і виховання...

Молодь — майбутнє країни. Патетично, але справедливо. Говорячи про молодіжне телебачення, дуже складно не вдатися до моралізаторства. Розтлумачувати і без того всім зрозумілий вплив програм на кшталт «Дом-2» на несформовану психіку немає

потреби. Він зрозумілий усім. Як і те, що молодіжне телебачення повинно бути принципово іншим. Яким? «Це мають бути програми пізнавально-розважального характеру, і їх має бути більшість, — пропонує Олександр Гордус. — У будь-якому випадку, телебачення повинно нести освітню функцію. Я вважаю, що основна функція телебачення — виховна. І щоб цей процес виховання краще сприймався молоддю, його треба поєднувати з розвагами».

На проблему молодь-телебачення можна подивитися ще й з іншого боку. Молодіжне телебачення має бути молодіжним, так би мовити, до кінця. Тут ідеться не тільки і не стільки про юних симпатичних ведучих (що теж має значення), як про молодий амбіційний менеджмент телеканалів — із новими підходами, ідеями, стратегіями побудови сітки мовлення. Хто краще за молодь знає, що їй насправді цікаво й потрібно? Але не секрет, що пробитися на телебачення молодим талантам дуже складно. І, навіть пробившись, більшість так і не отримує можливості для реалізації власних нестандартних проєктів. З іншого боку, безумовно, що телебачення як явище масове ніколи не стане артхаусним, це не площадка для проб і помилок молодих амбіційних юнаків і дівчат. Але, здається, від заскорузлості і комерціалізації наше ТБ скоро трісне по швах... У прайм-тайм чуто, як воно загрозливо тріщить.... Хочеться чогось не такого дорогого, феєричного й прилизованого. Хочеться бачити молодих і сміливих. Приток свіжої крові і рухливих мізків на українське телебачення був би аж ніяк не зайвим.

№189, п'ятниця, 2 листопада 2007