

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Інститут філології й журналістики

Кафедра журналістики

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**«ПОЛІТИЧНІ ТОК-ШОУ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ
ТЕЛЕБАЧЕННІ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА»**

Студентки групи СЖ
Галузі знань 0303 Журналістика та
інформація
напряму підготовки 7.03030101
Журналістика
Хоменко Юлії Михайлівни

Науковий керівник: професор, доктор
історичних наук Гальчак С. Д.

Національна шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка ECTS _____

Голова комісії: _____

Члени комісії: _____

м. Вінниця – 2016 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТОК-ШОУ ЯК ПРОВІДНИЙ ЖАНР ТЕЛЕБАЧЕННЯ	6
1.1. Історичні етапи становлення ток-шоу в телевізійному просторі.....	6
1.2. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу.....	11
1.3. Функціонування та розвиток політичних ток-шоу на українському телебаченні.....	16
РОЗДІЛ II. СУЧАСНИЙ ФОРМАТ ПОБУДОВИ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ НА ПРОВІДНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ	24
2.1. Форма організації дискусії в програмі «Свобода слова» (ICTV).....	24
2.2. Особливості побудови ток-шоу «Право на владу» (1+1).....	28
2.3. Погляд на політику в шоу «Шустер live» (3STV).....	33
2.4. Медійна точка зору в програмі «РесПубліка» (5 канал).....	38
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	48

ВСТУП

Політичні ток-шоу є невід'ємною частиною телевізійного ландшафту більшості країн світу. Сучасний медіаринок України наповнений проектами різновекторного спрямування: від важливих для суспільства програм до розважальних дійств. Безпосередню і найважливішу нішу серед них займає вже досить освоєний вітчизняними медійниками жанр телевізійної журналістики – ток-шоу.

Сьогодні українське політичне ток-шоу – це не тільки жанр телепередачі чи телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу або думок запрошених до участі гостей із приводу суспільно-політичних проблем країни. Ток-шоу – це подія, видовище, яке приносило і продовжує приносити будь-якому каналу великі рейтинги [13, с. 384].

Інтерес до таких програм час від часу зменшується, особливо в тієї частини аудиторії, яка має здатність скептично оцінювати інформацію, яку подають ЗМІ, або в тієї, яка настільки втомлена від особистих повсякденних і побутових проблем, що відмовляється від перегляду будь-яких політичних ток-шоу, аби психологічно не втомлюватися ще більше. Останнім часом сприйняття політичних ток-шоу в суспільній свідомості суттєво змінилося від захоплення до критичного осмислення, але в Україні частка глядачів таких програм все ж є достатньо великою для того, щоб телеканали створювали нові та оновлювали і продовжували вихід в ефір уже існуючих політичних ток-шоу.

Суспільне значення і функції політичних ток-шоу активно досліджують М. Май, О. Віхерт, П. Россол, М. Домке, С. Кеттінг, К. Свенсон, В. Кулик, О. Прасюк; становленням і жанровою специфікою цього телевізійного жанру цікавляться Б. Тімберг, Б. Ерлер, С. Лівнінг-Стоун, Б. Геблер, Е. Толсон, Х.Ф. Фолтін, Й. Теншер, А. Дьорнер, Х. Шіха, С. Поцелуєв, А. Вартанов, Д. Бондарєв, О. Козлова, Н. Вакурова, А. Яковець, Л. Шутяк, Ю. Голоднікова, М. Доманська, А. Шоріна; маніпуляційні технології

політичних ток-шоу стали предметом вивчення Е. Могилевської, Е. Шермана, М. Недопитанського та В. Цвіка.

Незмінна світова популярність жанру політичного ток-шоу і національні особливості реалізації цього формату дають значний матеріал для виокремлення типових рис і критеріїв моделі політичних ток-шоу, що зумовлює **актуальність** обраної теми дослідження.

Об'єктом дослідження є ток-шоу, як один з найпопулярніших жанрів сучасного телевізійного простору.

Предметом дослідження виступають жанрові формати сучасних українських політичних ток-шоу, зокрема «Свобода слова» (ICTV), «Право на владу» (1+1), «Шустер live» (3S TV), «РесПубліка» (5 канал).

Метою дипломної роботи є аналітико-синтетичне дослідження особливостей організації та проведення українських політичних ток-шоу.

Для реалізації поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

- 1) з'ясувати поняття «ток-шоу» та визначити його особливості як телевізійного жанру;
- 2) дослідити історичні передумови виникнення та становлення ток-шоу у світі й Україні;
- 3) визначити місце політичних ток-шоу в тематичному діапазоні жанру;
- 4) узагальнити основні формальні типи політичного ток-шоу в Україні;
- 5) розкрити специфіку українського політичного ток-шоу (на прикладі ток-шоу провідних українських телеканалів);
- 6) дослідити умови ефективності політичного ток-шоу.

Для досягнення поставленої мети та розв'язання визначених завдань у роботі застосовано комплексний підхід до вивчення явищ, який включає описовий, типологічний, порівняльно-історичний, соціологічний **методи дослідження**.

Теоретико-методологічною основою наукової роботи є наукові праці, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові статті, що стосуються теоретичних та практичних засад телевізійної журналістики, маніпулятивних технологій тощо. Зокрема праці В. Москаленка, Н. Вакурова, Ю. Голоднікової, М. Недопитанського, А. Яковця, О. Невмержицької, С. Муратова, І. Мащенко, В. Зверєвої, та ін.

Практичне значення дослідження. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані у спецкурсах, спецсемінарах із журналістики, при написанні курсових і дипломних робіт, під час подальшого студіювання теорії телевізійних жанрів.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що вперше зроблена спроба комплексного дослідження сучасного українського політичного ток-шоу.

Апробація результатів дослідження та публікації. Дипломна робота обговорена на засіданні кафедри журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. За темою дипломної роботи опубліковано одноосібну статтю у збірнику наукових праць «Журналістика й мистецтво слова», випуск 8. – Вінниця, – 2016.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, який нараховує 47 позицій. Загальний обсяг роботи – 51 сторінка.

РОЗДІЛ I

ТОК-ШОУ ЯК ПРОВІДНИЙ ЖАНР ТЕЛЕБАЧЕННЯ

1.1. Історичні етапи становлення ток-шоу в телевізійному просторі

Ток-шоу – один із найпопулярніших форматів сучасного телебачення. Воно демократизує громадську думку, орієнтуючи її на пошук консенсусу. Це жанр телепередачі, де обговорюються питання загального інтересу.

Сучасний словник літератури і журналістики за редакцією М. Гетьманця та І. Михайлина пропонує таке тлумачення жанру ток-шоу (від англ. talk – розмова і show – видовище, вистава): «це напрямок у телевізійній журналістиці, змістом якого є інформування глядачів за допомогою «розмови» (діалогу, полілогу) перед телекамерою, а також залучення до обговорення порушених проблем аудиторії як у студії, так і поза нею» [12, с. 384].

Інший дослідник, І. Машенко, у «Термінологічному словнику основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо» характеризує ток-шоу як «розмовну або розважальну передачу на телебаченні, котра побудована як бесіда ведучого з одним або кількома виступаючими (часто в присутності аудиторії в студії, яка зазвичай жваво реагує на перипетії, розмови)» [29, с. 512].

Автор підручника «Телевізійна журналістика: теорія і практика» А. Яковець формулює своє бачення ток-шоу. У його тлумаченні «це розмовне видовище, під час якого відбувається спілкування ведучого-рефері з учасником (учасниками) програми, запрошеними до студії, а також ведучого-рефері й учасника (учасників) зі студією, та яке передбачає запитання й відповіді, можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь» [47, с. 240].

Логічно, що кожен із дослідників ток-шоу виокремлює поняття діалогічності (полілогічності) як характерного прийому драматургії розмовних видовищ. «Без діалогу, обміну думками, а значить їх зіткнення не

може бути продуктивного мислення, розвитку ідей, відповідно й досягнення істини» [4, с. 6].

Жанр ток-шоу посідає сьогодні ключове місце у контенті національних телевізійних каналів. Багато зарубіжних та вітчизняних дослідників присвячують праці вивченню різних аспектів програм формату ток-шоу. Активно аналізують суспільне значення політичних ток-шоу вчені В. Кулик, О. Прасюк, М. Май, О. Віхерт, П. Россол, М. Домке, С. Кеттінг, К. Свенсон; становлення і жанрову специфіку політичного ток-шоу – А. Яковець, О. Козлова, Л. Шутяк, Ю. Голоднікова, С. Поцелуєв, А. Вартанов, Д. Бондарев, Н. Вакурова, Л. Московкін, Е. Гмизіна, М. Доманська, І. Победоносцева, А. Шоріната інші.

Ток-шоу як жанр зародився в Америці в 60-х роках ХХ століття. Його творцем був журналіст Філ Донах'ю. Під час прямого ефіру ведучий зрозумів, що у нього закінчилися питання і запропонував гостю студії поставити власне запитання герою інтерв'ю. У глядача саме виникло питання. Так виник жанр ток-шоу [15, с. 224].

Вперше програма Філа Донах'ю з'явилася на телевізійному каналі WНІО-TV в Дейтоні (штат Огайо). У 1963-1967 роках він працював у ранковому ток-шоу в прямому ефірі за участю запрошених до студії гостей. Щоб залучити аудиторію, а разом з нею і зірок політики та шоу-бізнесу, Донах'ю зосередив увагу не на відомих особистостях, а на скандальних проблемах, які відкрито обговорював в ефірі. Так жанр ток-шоу отримав деякий статус, який наблизив його до сьогоденного жанру [22, с. 34].

Наприкінці 80-х років ХХ століття жанр ток-шоу набув такої популярності, що практично на всіх телеканалах США від загальнонаціональних, до дрібних провінційних – з'явилися ток-шоу. Через жорстку конкуренцію творці ток-шоу стали все менше увагу приділяти соціальним і політичним питанням і все більшого значення надавали скандальним подробицям [32, с. 43].

На українських телеканалах ток-шоу Донах'ю з'явилося 1986 року завдяки телемостам, що з'єднували в прямому ефірі людей з Америки і СССР. Ці передачі залишаються унікальними в тележурналістиці. У рекламних проспектах говорилося, що «у виступах Донах'ю бачиться щось і від психологічної драми, і від вуличного театру, і від сеансу колективної терапії» [4, с. 6].

Пізніше на радянському просторі з'явився власний ведучий ток-шоу – Володимир Познер. Спочатку він був партнером Філа Донах'ю по телемостах (з радянської сторони). Потім почав створювати власні ток-шоу за участю людей різних національностей, професій і віку. Передачі В. Познера вирізнялися ерудицією, тактом, доброзичливістю ведучого у поєднанні з сильною волею і ясним розумінням мети та справляли могутній духовний вплив на телеглядачів завдяки постійній напруженості атмосфери та колективному шуканню істини через діалоги ведучого з присутніми в студії людьми [3, с. 99].

Згодом на пострадянському просторі відбувся справжній бум ток-шоу. Почали з'являтися такі програми, як «12 поверх» Е. Сагалаєва, «Музичний ринг» К. Максимової, «Погляд» з В. Лістьєвим, О. Любімовим, «7 днів», «До та після опівночі», «Світ і молодь» з О. Парфьоновим тощо.

Газета «Правда» за 23 травня 1987 року повідомляла таке: «Програми «Світ і молодь», «12 поверх» демонструють розуміння великих соціальних завдань, що стоять перед молоддю, допомагають формувати в глядачів почуття відповідальності перед Батьківщиною, її великою історією і культурою. Нинішні молодіжні програми дають можливість висловитися і тим молодим людям, хто схильний до різного роду модних тенденцій, зокрема, у сфері музики, кому ще належить зробити свідомий вибір у житті» [15, с. 224].

Сьогодні побутує думка, що ток-шоу – одна з найдемократичніших форм, яка дозволяє звичайним людям брати безпосередню участь у телепередачі. Її не замінить навіть інтерактивне телебачення. Деяким

науковцям таке твердження здається гіперболізованим, оскільки, по-перше, вітчизняні ток-шоу вже позбавлені місцевого колориту і суспільної значущості, по-друге, вони перетворилися в рекламні та PR-майданчики. Цей процес відбувся період з 1991 по 1993 рр. Саме в цей час відбувалася активна експансія іноземних (зокрема, американських) жанрів на українських каналах. На екрані з'явилися і продовжують з'являтися ток-шоу, телешоу, «реаліті-шоу», телевікторини, телеігри тощо [1, с. 136].

Поява західних програм була викликана низкою об'єктивних і суб'єктивних причин. Це зміни в панівній ідеології, в економіці країни, перебудовчі процеси, що зачепили всі сторони життя, в тому числі і телебачення. Після серпня 1991 р. в Україні відкриваються нові можливості розвитку всієї системи засобів масової інформації.

Для наслідування журналісти використовували будь-які зразки, що приносили успіх і економічну вигоду. Так на український екран потрапляють «Колесо фортуни» («Поле чудес») з Л. Якубовичем, «Жіноче питання» («Я сама») з Ю. Меньшовою та ін. Деякі, копійовані з американського екрану, програми прижилися і задовольняли комерційні інтереси своїх авторів, інші – давали дуже низький рейтинг, порівняно з іноземними оригіналами [25, с. 101].

Ця тенденція є закономірною, адже окрім видовищності, відомих особистостей в кадрі та власне розмови ток-шоу мусить мати інтригу, котра має змусити глядача зацікавитися, чекати наступного випуску програми і не перемикає канал. За словами М. Недопитанського, «неодмінною умовою тематичної стратегії жанру ток-шоу є конфліктність: інтересів, тенденцій, героїв. Тоді з'являється можливість будувати сценарний розвиток теми за законами драми – зав'язка, кульмінація тощо» [35].

У перший рік своєї появи на наших екранах передачі в жанрі ток-шоу транслювалися виключно у вечірній час. У другій половині 90-х рр. ХХ століття, за даними соціологічних досліджень аудиторії, жодне ток-шоу не входило до двадцятки лідерів телепрограм. Швидкими темпами денний ефір

багатьох українських телевізійних каналів виявився переповненим ток-шоу. З комерційних причин денні ток-шоу перетворилися на «телепосиденьки», нашіпговані рекламою. Таким чином виникли другосортні передачі «Місто жінок» з Л. Кравцевою та Д. Борисовою і «Велике прання» (Перший канал) з А. Малаховим, «Країна порад» з Л. Новожоновим і Р. Писанкою та «Принцип доміно» з О. Хангою та О. Іщеєвою (НТВ), «Чого хоче жінка» з К. Дмитренко та О. Булавкіною і «Коротке замикання» з А. Камоловим та інші [44, с. 51].

Першими справді вартісними ток-шоу на українських телеканалах можна вважати «Територію А» з Анжелікою Рудницькою, «Табу» з Миколою Вереснем, «Епіцентр» з В'ячеславом Піховшеком, «Бар «Чорний кіт» з К. Гнатенком.

Не можна залишити без уваги політичні ток-шоу, де висвітлюються актуальні проблеми сьогодення. На даний момент це найпопулярніші програми в країні: «Свобода слова» з А. Куликовим («ІСТV»), «Час Ч» з Є. Чечериндою («Еспресо»), «Право на владу» («1+1»), «Чорне дзеркало» з Є. Кисельовим («Інтер») [30].

Широкої популярності сьогодні набувають розважальні ток-шоу, що, здебільшого, виходять на музичних каналах. Також свою досить велику аудиторію мають соціальні ток-шоу, такі як «Стосується кожного» з А. Данилевичем на телеканалі «Інтер», «Один за всіх» з Д. Карпачовим на «СТБ», «Говорить Україна» з О. Сухановим на «ТК Україна» [16].

Висновки. Історію ток-шоу на українському телебаченні можна умовно розділити на два етапи. Перший – з середини 1980-х по 1991 рік, коли жанр ще мав великий інтерес у громадськості та був трибуною для обговорення актуальних питань сучасності. Другий – 1991-1993 рр. по сьогоднішній день – період експансії закордонних жанрів. Українські ток-шоу почали існувати як «кальки» західних телепрограм, копіюючи не тільки їхні основні ознаки (легкість розмови, артистизм ведучого, обов'язкову присутність аудиторії), але й розважальність як елемент комерційного успіху. З урахуванням не надто тривалої історії телебачення як такого, термін

існування ток-шоу важко назвати малим, але при цьому жанрове визначення програм представляє певну проблему для теорії журналістики, особливо в її українському

1.2. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу

На сьогодні політичними ток-шоу найчастіше називають усі можливі жанрові різновиди ток-шоу, у яких беруть участь політики і обговорюють здебільшого політичні теми.

За словами Г. Кузнецова, класичне ток-шоу – це трикутник: ведучий – запрошені співрозмовники (політики, експерти) – глядач в студії. Ток-шоу поєднує прийоми журналістики і акторські прийоми. Кожен з учасників ток-шоу, яка б не була його службова функція всередині програми, одночасно є персонажем із заданою йому авторами ток-шоу роллю. Схема такого формату є досить простою і безпрограшною – ведучий, глядачі, герої, питання і відповіді. Але велика кількість дослідників цього жанру вважають, що успішність програм ток-шоу забезпечує гумор. Герой повинен не просто вміти сміятися над собою, але й згладжувати «гострі кути конфліктів» за допомогою гумору [22, с. 71].

Завдання жанру ток-шоу, як визначає А. Вартанов, – активізувати сприймання змісту, що закладений в передачі за допомогою дискусій, гострих запитань, зіткнення різних точок зору. Сучасні українські ток-шоу часто нехтують принципом дискусійності і часто при зовнішній формі вільної дискусії, глядачам нав'язується якась окремо визначена, суворо обмежена в своїх параметрах, позиція [8, с. 71].

Багато авторів сучасних підручників з курсу тележурналістики вважають, що сьогодні ток-шоу є одним з найпоширеніших на вітчизняному телебаченні жанрів. Політичні ток-шоу мають допомагати аудиторії розібратися у вирі подій, вони є важливим каналом політичної інформації (про роль українських політичних ток-шоу). Виникає питання, що вважається

«ідеальною моделлю» політичного ток-шоу, якими є характерні особливості цього формату. Зазвичай за основу береться класична формула жанру ток-шоу (авторство якої приписується Ф. Донах'ю), що ґрунтується на трьох головних складових – харизматичному ведучому, запрошених гостях і аудиторії, що бере активну участь в обговоренні актуальної суспільної проблеми [15, с. 223].

Визначаючи характеристики формату сучасного політичного ток-шоу, науковці наголошують на значній ролі у структурі жанру універсального компоненту інфотейнменту. Зокрема, російський політолог С. Поцелуєв називає політичні ток-шоу ідеальним типом інфотейнменту, що комбінує функції просвіти і розваги, німецький дослідник медіа Б. Геблер вважає, що сучасні програми цього жанру відтворюють модель, що представляє собою відхід від реальної політики і спрямованість на розваги [38, с. 392].

У журналістикознавстві прийнято більш вузьке значення поняття – саме розважальний стиль представлення інформації в новинних матеріалах. Натомість філософи, соціологи і політологи здебільшого використовують цей термін у більш широкому значенні – «як принцип подання будь-якої інформації в ЗМІ, що проходить через усі жанри, стилі й канали і виявляє як свою відмінну рису стирання меж між інформуванням і розважанням медійної публіки» [45, с. 254].

Постійне представництво в передачах одних і тих самих політиків та експертів дозволяє говорити про «модель політичного театру», основною рисою якої є постійний склад основних учасників із визначеними комунікаційними ролями та сприятливими умовами для самопрезентації. Подібною є модель медіагри, у контексті традицій якої Ю. Голоднікова розглядає українські політичні ток-шоу. На думку дослідниці, «сучасні медіапроекти відтворюють структуру давніх змагальних (агонічних) ігор, заснованих на конфлікті, на протистоянні декількох сторін, що змагаються за «перемогу»» [31, с. 314].

За основу візьмемо модель політичного ток-шоу, описану відомим медіакритиком Н. Лігачовою, доповнимо її пропозиціями німецьких учених Б. Геблера, Х. Шихи, вітчизняних дослідників, медіаекспертів і власними міркуваннями стосовно удосконалення сучасного формату програм. Тема програми повинна стосуватися найактуальнішої проблеми дня, тижня. Необхідно піднімати суспільно важливі питання, а не тільки те, що обговорюється в ЗМІ. Уникати багатотем'я, чітко формулювати проблеми [22, с. 72].

У класичному прикладі теледискусії при повідомленні про події прагнуть не стільки до обміну емоціями, скільки до розгляду політичних тем по суті. Саме такий розгляд є основою самої концепції програми. Головна мета: описати детально глядачеві актуальну проблему (ситуацію), причини її виникнення і мотиви задіяних у ній осіб, а також спрогнозувати розвиток з точки зору інтересів самого глядача. Щоб кожен громадянин зрозумів, чого йому очікувати, як ситуація стосується особисто його, як задіяні в ній: а) політичні персонажі, що перебувають при владі чи в опозиції, за яких він прямо чи опосередковано голосував; б) політичні персонажі, що поки не належать до касти обранців народу, зате пропонують деякі альтернативні вирішення проблеми [27, с. 304].

Важливим є склад (часто саме рівень запрошених визначає рівень програми) і ролі учасників: ньюзмейкери презентують політичну позицію і її аргументацію. Головний ньюзмейкер запрошується відповідно до події, незалежно від приналежності до влади чи опозиції. Залежно від формату запрошується головний опонент [8, с. 71].

Поради: змінити класичне «сузір'я» гостей (традиція українських полілогічних програм – презентація позиції політичних сил одними й тими ж особами); відбирати гостей не за принципом «медіазнаменитостей», а за критерієм компетентності; припинити запрошувати передбачуваних посередностей; керуватися принципами паритетного представництва провідних політичних сил; запрошувати не тільки політиків, а й митців, учених, реформаторів-практиків, представників організованих громадських

рухів, створити спільну гостьову базу даних; звужити кількісний склад учасників [15, с. 223].

Експерти (політично незаангажовані або заангажовані протилежно до ньюзмейкера). Проявляти вимогливість до компетентності учасників та експертів саме в темі, що розглядається. У європейських програмах, на відміну від українських, відсутня традиція запрошувати експертів-«провокаторів» або політиків у ролі експертів з усіх питань. У публіцистичному і науковому дискурсі активно обговорюється зміна ролі інтелектуала в інформаційному суспільстві, місце якого посіли так звані експерти. Роль: надавати адекватні оцінки почутого від ньюзмейкера, розставляти акценти [31, с. 315].

Журналісти. У програмі можуть бути запрошені журналісти, які мають авторитет і представляють медіа, що користуються довірою суспільства. Бажано, щоб вони висвітлювали або досліджували питання дискусії та були компетентними в ньому. Роль: ставити жорсткі, точні запитання, допомагати глядачам отримати максимум інформації від ньюзмейкера і, якщо необхідно, від експертів. Їхні версії подій можуть перетворитися на «підпитання» дискусії та розмежувати її на блоки [31, с. 314].

В українському медійному середовищі тривалий час відбувається дискусія на тему «що і як питати у політиків?» Існує декілька позицій. Одні вважають, що необхідно створювати найбільш дискомфортні умови, ставлячи гострі питання, на які вони можуть і не захотіти відповідати. Інші, вважаючи цей підхід неконструктивним, вимагають серйозних світоглядних дискусій про майбутнє країни, наголошують на тому, що кандидатів необхідно запитувати тільки про програми [16].

Спільним недоліком вітчизняних ток-шоу вважається тривалий пошук відповіді на запитання «Хто винен?», що здебільшого є ефективним способом провокування видовищного суперконфлікту, не сприяючи пошуку виходу із ситуації. Аудиторія презентує інтереси телеглядачів [6, с. 204].

Можлива участь аудиторії в прямих включеннях з майданів різних міст і країн. Головна вимога – участь аудиторії в програмі чітко обмежена, аудиторія не повинна підміняти собою експертів, її енергія чітко і грамотно координується ведучим. Залежно від різновиду може бути присутня внутрішня аудиторія [2, с. 119].

У сучасних українських щотижневих програмах позиції й аргументи політиків оцінюються глядацьким залом. Проблема демонстрації громадської думки знайшла технічне вирішення через використання аудиторією студії пультів, що дозволили виводити результати голосування в прямому ефірі на екран. Проте така роль аудиторії все одно вважається відносно пасивною, людей в студії використовують як статистів. Зворотній зв'язок з телевізійною аудиторією може виконувати такі функції: бути декоративним елементом для створення видимої репрезентативності або мати видимість осмисленості в комунікативному просторі телестудії. Як показує досвід українських програм, оформлення суспільної думки в межах передачі може бути різним: поєднання думки аудиторії в студії і онлайн-голосування, озвучування найбільш гострих коментарів з інтернету [20, с. 17].

Вектор уваги в дискусії може бути спрямований як на конфлікт між основними учасниками, так і на дискусію між політиками й аудиторією. Ведучий повинен направляти дискусію так, щоб глядач отримав максимум інформації; справедливо розподіляти час між учасниками. Головне: енергія й розумова діяльність не тільки аудиторії, а й усіх учасників ток-шоу повинна системно й чітко координуватися ведучим за допомогою чіткого структурування бесіди в рамках теми, проблеми, хронології подій [23, с. 34].

Цьому контентному структуруванню повинно підпорядковуватися і форматне структурування шоу (блок гостей, блок експертів, блок журі, блок питань-відповідей, блок реплік тощо). Структурування змісту потрібно для того, щоб у студії говорили не всі про все і в результаті ні про що, а обговорювали конкретні питання. Спільна думка науковців, медіаекспертів і

журналістів, що намагання учасників вийти за межі пропонованої проблематики, як і полемічні «напади», повинні зупинятися [31, с. 314].

Структурування формату шоу покликано надати йому видовищність, новизну, відійти від одноманітності всередині дискусії, утримати увагу глядачів. При цьому модератор повинен зберігати певну дистанцію відносно того, що відбувається, і стосовно висловлюваних позицій, контролювати, щоб напруженість полеміки не виходила за рамки комунікативно-етичних норм [26, с. 286].

В українських програмах глядач мав можливість бачити різні способи ведення дискусії. Найбільшу критику отримали: манера ведучого покладатися виключно на те, що політики самі, сперечаючись і влаштовуючи скандали, кудись виведуть цю суперечку; манера запобігання перед гостем і свідоме уникнення будь-яких гострих моментів; спосіб, коли модератор активно висловлює свою думку з кожного питання, не акцентуючи увагу на думках і оцінках незалежних експертів [37].

У результаті таких способів ведення дискусії у глядачів не з'явиться реального розуміння суті обговорюваних проблем. Умови успіху ток-шоу: наявність в голові ведучого логіки теми, варіантів її розвитку, можливостей для провокацій героїв студії; харизма, шарм ведучого, довіра до нього публіки [42, с. 46].

Висновки. Визначення жанру ток-шоу базується на його розмовній природі. Під ток-шоу розуміємо розмовний телевізійний жанр, що будується в питально-відповідній формі з неодмінною участю харизматичного ведучого, глядачів у студії, компетентних експертів і гостей з цікавою історією. Ток-шоу вирізняється надзвичайною тематичною і функціональною широтою жанрового різновиду. Цей жанр поєднує в собі сутнісні ознаки інтерв'ю, дискусії, містить елементи розваги, гри, а також концентрується навколо особистості ведучого.

1.3. Функціонування та розвиток політичних ток-шоу на українському телебаченні

Політичне шоу – це перехідна ланка в системі публічної української політики. Під час загострення політичної ситуації в 1990-91 роках телебачення стало рупором політичних сил, які часто намагалися незаконно скористатися ним для пропаганди своїх ідей. Перед будинком Держтелерадіо на Хрещатику часто збиралися мітинги, влаштовувалися страйки та голодування [5, с. 125].

Так Українське телебачення поступово стало заручником політичних пристрастей, які вирували у суспільстві. Щоб якось послабити тиск на УТ з боку різних політичних сил, а найголовніше, щоб вивести керівництво Держтелерадіо з-під щільної опіки Верховної Ради, Кабінет Міністрів 8 серпня 1991 року прийняв постанову «Про перетворення Держтелерадіо в Державну телерадіомовну компанію України (Укртелерадіокомпанію)». Тепер уся влада була зосереджена в руках президента телерадіокомпанії, колегіальність управління була скасована. Так була здійснена чергова реорганізація системи телебачення та радіомовлення України, що у значній мірі сприяла тій кризі ефірних ЗМІ, що загострилася напочатку 90-х років. Поза тим, ще до здобуття Україною незалежності українське телебачення стало окремою, незалежною від вказівок з Москви системою [14, с. 269].

На її першому етапі, у 1990-х роках, політики вдавалися до монологу, уникаючи дискусій та неохоче коментуючи власні дії. На етапі наступному політика має вестися (як в усьому цивілізованому світі) у формі дебатів. Сьогодні ж, коли монологи уже не сприймаються суспільством, а до аргументованого діалогу політики ще не доросли, саме шоу, зі здатністю ведучого впливати на хід обговорення, з репліками з місць, провокаціями й інсинуаціями, ігноруванням незручних для влади тем – саме такі шоу стали значним фактором формування політичної позиції виборців [6, с. 204].

Сьогодні українське політичне ток-шоу – це не тільки жанр телепередачі чи телевізійної дискусії, обговорення питань загального

інтересу або думок запрошених до участі гостей із приводу суспільно-політичних проблем країни. Ток-шоу – це подія, видовище, яке приносило і продовжує приносити будь-якому каналу великі рейтинги. Інтерес до таких програм час від часу зменшується, особливо в тієї частини аудиторії, яка має здатність скептично оцінювати інформацію, яку подають ЗМІ, або в тієї, яка настільки втомлена від особистих повсякденних і побутових проблем, що відмовляється від перегляду будь-яких політичних ток-шоу, аби психологічно не втомлюватися ще більше [17, с. 268].

Останнім часом сприйняття політичних ток-шоу в суспільній свідомості суттєво змінилося від захопленості до критичного осмислення, але в Україні частка глядачів таких програм все ж є достатньо великою для того, щоб телеканали створювали нові та оновлювали і продовжували вихід в ефір уже існуючих політичних ток-шоу [30].

Враховуючи останню практику сучасного телебачення, українські політичні ток – шоу можна класифікувати таким чином:

1. Щоденні (найчастіше – вечірні, у прайм-таймі, наприклад, «Час: підсумки дня» на 5 каналі).

2. Щотижневі (підсумкові) («Свобода слова» з Андрієм Куликовим на ICTV щопонеділка, «Велика політика» на телеканалі «Інтер» і «Шустер LIVE» на Першому національному щоп'ятниці, інколи – щосуботи чи щонеділі. Можна згадати сатирично-політичне ток-шоу «5 копійок» із Романом Чайкою та програму «Майдан» і «Майдан. Лідер нації» на 5 каналі, тепер – «РесПубліка з Анною Безулик») [36, с. 43].

3. Під конкретну дату чи подію (річниця Голодомору, Помаранчевої революції, політичний телемарафон із приводу ув'язнення експрем'єрміністра Тимошенко чи телевізійні марафони за участі політиків під час виборів) [36, с. 44].

Особливу увагу і українські чиновники та політики всіх рівнів, і пересічні громадяни, політологи та політичні експерти, журналісти й громадські діячі звертають на підсумкові політичні ток-шоу, що виходять в

ефір раз на тиждень і в яких підсумовуються всі актуальні події минулого тижня. Донедавна в Україні це «Велика політика» на Інтері та «Шустер LIVE» на Першому національному [40, с. 16].

У політичній системі демократичного суспільства засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють важливу роль. *Засоби масової інформації* – це розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації. У цю мережу входять телепрограми, радіопрограми, газети, журнали, інформаційні агентства, кінодокументалістика [10, с. 311].

Сьогодні в українському політичному процесі активно починає використовуватися Інтернет, який дозволяє політикам встановити зворотний зв'язок зі своїми виборцями. Сучасні ЗМІ є установами, створеними для відкритої публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам [3, с. 118].

Політика як сфера суспільної діяльності найбільше потребує засобів масової інформації для встановлення і підтримки постійних зв'язків між її суб'єктами. Політика неможлива без опосередкованих форм спілкування і спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою та громадянами. У сучасному суспільстві ЗМІ все більше виступають не лише необхідною передавальною ланкою у складі механізмів політики, але й її творцем [17, с. 268].

Найбільш масовий і сильний політичний вплив на суспільство мають аудіовізуальні засоби масової інформації, насамперед телебачення.

Серед найважливіших функцій виділимо такі:

1) *інформаційна* функція – отримання і розповсюдження відомостей про найбільш важливі для громадян і органів влади події. На основі отриманої інформації формується громадська думка про діяльність органів влади, об'єднань громадян, політичних лідерів тощо;

2) *освітня* функція – донесення до громадян певних знань дозволяє адекватно оцінювати, упорядковувати відомості, отримані з різних джерел, правильно орієнтуватися у суперечливому потоці інформації;

3) функція *соціалізації* – засвоєння людиною політичних норм, цінностей, зразків поведінки дозволяє їй адаптуватися до соціальної дійсності;

4) функція *критики і контролю*. Критика ЗМІ характеризується необмеженістю свого об'єкта, їх контрольна функція засновується на авторитеті громадської думки. ЗМІ не можуть застосовувати санкцій до правопорушників, але вони дають юридичну та моральну оцінку подій і осіб. У демократичному суспільстві у здійсненні контрольних функцій ЗМІ опираються як на громадську думку, так і на закон;

5) *мобілізаційна* функція проявляється у спонуканні людей до певних політичних дій чи до соціальної бездіяльності;

6) *оперативна* функція – обслуговування ЗМІ політики певних об'єднань громадян [39, с. 287].

ЗМІ забезпечують представникам різних суспільних груп можливість публічно виражати свої думки, знаходити та об'єднувати однодумців, чітко формулювати та представляти в громадській думці свої інтереси. Без преси, телебачення, радіомовлення жоден громадянин не може правильно зорієнтуватися у політичних процесах, визначити свою політичну орієнтацію, приймати відповідальні рішення. Наявність демократично організованих ЗМІ, здатних об'єктивно висвітлювати політичні події, – одна із найважливіших гарантій стабільності демократичної держави [46, с. 114].

Проте історичний досвід свідчить, що ЗМІ можуть служити різним, не тільки демократичним, політичним цілям: як розвивати у людей прагнення до свободи, соціальної справедливості, допомагати їм у компетентній участі в політиці, так і духовно закріпачувати, дезінформувати, залякувати населення, сіяти недовіру і страх [5, с. 125].

Першим різновидом українського політичного ток-шоу більшість науковців вважає телемости – двосторонній діалог різних аудиторій або експертів з різних міст за допомогою техніки супутникового зв'язку. Телеміст є варіантом розмовного жанру ток-шоу, який використовує

можливість видовищного протиставлення контрастних за ментальністю аудиторій, двох або більше, як правило, географічно віддалених один від одного за допомогою техніки супутникового зв'язку [11, с. 78].

Під час передвиборчих кампаній активізується увага медійників на організації видовищних теледебатів, які дають змогу модераторові й учасникам дискусії впливати на поведінку електорату та корегувати її. У дебатах переважає бажання довести хибність ідей партнера, показати небезпечність їхніх наслідків; це змагання ідей, і єдина тут зброя – це переконливий аргумент.

Окрім телемосту і теледебатів, Н. Вакурова виокремлює такі вид ток-шоу, як бесіда і дискусія.[7, с. 34].

Бесіда – жанр аналітичної публіцистики, діалог чи полілог, іноді з використанням допоміжних кінодокументів або фотодокументів (коротких сюжетів), як правило без вираженої конфронтації сторін (тобто не переходить у дискусію). Бесіда може існувати у кількох формах – присвячена конкретній суспільно-значущій темі, або за участю людей, сама поява яких на екрані здатна привернути аудиторію (нюзмейкерів) [7, с. 34].

Дискусія – жанр аналітичної публіцистики, зазвичай полілог за участю ведучого і не менше ніж двох носіїв контрастних точок зору на якусь суспільно-значущу проблему, або за участю будь-яких нюзмейкерів, одночасна поява яких в кадрі символізує якусь протилежність. Оскільки дискусія найчастіше транслюється без відеоряду, видовищність залежить від професіоналізму ведучого у виборі учасників, підготовці проблеми, від його вміння імпровізувати по ходу бесіди [7, с. 35].

Дискусія як універсальна комунікативна практика характерна для будь-якого ток-шоу. В українських програмах глядач має можливість бачити різні способи ведення дискусії. Найбільш непродуктивними, на думку кваліфікованих критиків, є:

- манера ведучого покладатися виключно на те, що політики самі, сперечаючись і влаштовуючи скандали, кудись виведуть цю суперечку;
- манера «бігання» перед гостем і свідоме уникнення будь-яких гострих моментів;
 - спосіб, коли модератор активно висловлює свою думку з кожного питання, не акцентуючи увагу на думках і оцінках незалежних експертів.

У результаті таких способів ведення дискусії у глядачів не з'явиться реального розуміння суті обговорюваних проблем [7, с. 36].

Політичні ток-шоу зараховують до суспільно-значущих. Формат сучасних політичних ток-шоу вироблявся в Росії. Зачинателем жанру політичного ток-шоу на українському телебаченні вважають російського журналіста Савіка Шустера та його програму «Свобода слова» [24, с. 101].

Темаполітичного ток-шоу повинна стосуватися найактуальнішої проблеми дня, тижня. Необхідно робити акцент на суспільно важливих питаннях, визначати одну головну тему, чітко формулювати проблеми. Ведучий повинен направляти дискусію так, щоб глядач отримав максимум інформації; справедливо розподіляти час між учасниками [33, с. 332].

Висновки. Ток-шоу відносно молодий жанр на вітчизняному телебаченні. Він пройшов етап становлення, але його жанрове визначення представляє певну проблему в сучасній науці. Існують різні підходи до типології жанру, відповідно до різноманіття критеріїв. Для будь-якого ток-шоу характерна універсальна комунікативна практика – дискусія. Сьогодні ток-шоу відносяться до числа найбільш рейтингових передач в Україні, тому їх автори зацікавлені в підтримці і збереженні аудиторії. Політичні ток-шоу зараховують до суспільно-значущих. Політичні ток-шоу можуть бути представлені моделями інфотейменту, публічної презентації влади, політичного театру, медіагри тощо. Темаполітичного ток-шоу повинна стосуватися найактуальнішої проблеми дня, тижня.

ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ

Українські ток-шоу почали існувати як «кальки» західних телепрограм, копіюючи не тільки їхні основні ознаки (легкість розмови, артистизм ведучого, обов'язкову присутність аудиторії), але й розважальність як елемент комерційного успіху. З урахуванням не надто тривалої історії телебачення як такого, термін існування ток-шоу важко назвати малим, але при цьому жанрове визначення програм представляє певну проблему для теорії журналістики. Особливо в її українському варіанті.

Під ток-шоу розуміємо розмовний телевізійний жанр, що будується в питально-відповідній формі з неодмінною участю харизматичного ведучого, глядачів у студії, компетентних експертів і гостей з цікавою історією. Ток-шоу вирізняється надзвичайною тематичною і функціональною широтою жанрового різновиду. Цей жанр поєднує в собі сутнісні ознаки інтерв'ю, дискусії, містить елементи розваги, гри, а також концентрується навколо особистості ведучого [26, с. 286].

Сьогодні політичні ток-шоу відносяться до числа найбільш рейтингових передач, тому їх автори зацікавлені в підтримці і збереженні аудиторії. Науковці виокремлюють такі види ток-шоу як телеміст, теледебати, бесіда і дискусія. Політичні ток-шоу можуть бути представлені моделями інфотейменту, публічної презентації влади, політичного театру, медіагри тощо.

РОЗДІЛ II

СУЧАСНИЙ ФОРМАТ ПОБУДОВИ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ НА ПРОВІДНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

2.1. Форма організації дискусії в програмі «Свобода слова» (ICTV)

«Свобода Слова» – політичне ток-шоу на телеканалі ICTV. Програма створена для обговорення найактуальніших і гарячих тем минулого тижня. «Свобода слова» зачіпає тільки ті теми, які розміщуються на перших шпальтах друкованих видань та з яких різні телеканали будують блоки новин. У програмі беруть участь усі, хто має безпосереднє відношення до теми шоу – це можуть бути як відомі політики і чиновники, на яких лежить відповідальність за прийняття найважливіших у житті країни рішень, так і діячі різних галузей культури та прості громадяни, які представляють думку народу біля «вільного мікрофона».

Гості програми «Свобода слова» на ICTV – це завжди цікаві особистості, які висловлюють свої неординарні думки і мають тверду позицію, яку можуть відстояти в дискусії.

Вперше в ефір «Свобода слова» вийшла 3-го вересня 2005 року. Ведучим тоді був Савік Шустер. 8 червня 2007 в прямому ефірі програми автор та ведучий Савік Шустер офіційно заявив, що переходить на канал Інтер. Із 10 серпня 2007 року новим ведучим передачі став журналіст і перекладач Андрій Куликов, а канал змінився на ICTV. У 2011 і 2013 роках А. Куликов став володарем найпрестижнішої премії в галузі мас-медіа – «Телетріумф» як «Найкращий ведучий ток-шоу». У 2011 році він став лауреатом премії «Золоте перо» [27, с. 304].

Програма «Свобода слова» виходить у прямому ефірі в понеділок ввечері (о 21:20). На обговорення і голосування учасників програми зазвичай пропонується три проблеми: одна – проблема загальнонаціонального значення, інша – тема тижня, а третя – з ініціативи ведучого.

Для детальнішого аналізу формату політичного ток-шоу «Свобода слова» ми ознайомилися з випуском від 12 квітня 2016 року. В студії обговорювали коаліційної угоди і, демонструючи непогану обізнаність із документом (що буває на ток-шоу далеко не завжди), експерти активно пресингували політиків, що представляли провладну коаліцію (Леонід Ємець, Тарас Кутовий).

Це не завадило депутатам відпрацьовувати технологічні установки своїх політсил. Приміром, Леонід Ємець обґрунтовував «пробну кулю», запущену лідером «Народного фронту» Арсенієм Яценюком стосовно кадрового наповнення урядової команди, перекладаючи відповідальність на партнерів-конкурентів (до речі, з огляду на те, як досі розвивається «чітка й дуже відкрита дискусія про те, хто має бути в українському уряді», партнери спільну мову таки знайшли).

Експертна активність явно стимулювала й ведучого, Андрій Куликов значно активніше брав участь у допитуванні політиків, аніж він це робить зазвичай, надаючи перевагу звичній, флегматично-зверхній манері поведінки. Загалом, саме завдяки активності й підготовленості дискусія набула більш предметного, якісного характеру; й це буває особливо важливо, поки в українських ток-шоу все ще домінує традиція «ведучого – неупередженого модератора». І підбір якісних експертів може бути реальним інструментом проти застосування політиками наборів піар-штампів. Такий підхід добре сприймається і глядачами – не випадково більшість моментів, які об'єднали аудиторію, належать саме експертам.

Ведучий Андрій Куликов коротко поставив перед глядачами проблему випуску, ознайомив із діаграмою-відповіддю присутніх на проблемне питання і запропонував телеглядачам долучитися до опитування на сайті телешоу. Окрім запрошених політиків, політологів, журналістів та оглядачів у студії програми знаходилися звичайні люди, які складають тест-групу. Повертаючи коліщатко пульта, учасники тест-групи фіксують свою реакцію на події, що відбуваються у студії. Комп'ютер отримує інформацію з кожного

пульта двічі на секунду й перетворює її на графік, який відображається на екрані у режимі реального часу.

У студії присутні 200 глядачів, що повністю відображають населення України за всіма показниками. Відбір учасників програми відбувається за квотною двоступеневою вибіркою таким чином, щоб відобразити все населення України віком від 18 років. На першій стадії відбираються населені пункти, на другій – самі учасники програми.

Відбір населених пунктів відбувається випадковим чином за методикою PPS (proportionalpersize – імовірність потрапляння населеного пункту у вибірку прямо пропорційна його розміру). При цьому дотримується статистична пропорція розподілу України на регіони, на міське та сільське населення, а також дотримується пропорція між дрібними, великими та середніми містами.

Першого доповідача Тараса Кутового – міністр аграрної політики та продовольства України в уряді Володимира Гройсмана, ведучий запросив на червоний сектор студії до головного мікрофона і поставив своє запитання. Доповідач мав змогу відповідати близько 5-10 хвилин. Далі панові Тарасові ставили питання запрошені експерти, які сидять зазвичай по обидва боки студії. Зліва від доповідача: Дмитро Тузов (журналіст Громадського радіо), Пітер Залтаєв (представник Європейської ініціативи), Борислав Береза (позафракційний народний депутат), Костянтин Матвієнко (представник консалтингової групи), «Сергій Соболев» (народний депутат, «Батьківщина»), Андреас Ултано (доцент політології НАУКТА); справа: Марія Золкіна (Демократична ініціатива), Ірина Геращенко (народний депутат, Блок Петра Порошенка), Олександр Кочетков (аналітик), Анатолій Окситюк (представник Міжнародного центру перспективних досліджень), Віталій Кулик (представник Центру дослідження проблем громадського суспільства), Остап Сетерак (народний депутат, «Народний фронт»). Після першого доповідача до головного мікрофона було запрошено ще трьох: Ірину

Герашенко, Сергія Соболева та Борислава Березу. Ведучий інколи сам ставив гострі питання, але здебільшого надавав можливість виступити гостям.

Завдяки тому, що програма надає право висловити свою точку зору всім бажаючим, вона має великий рейтинг та приваблює велику кількість глядачів.

Наприкінці програми ведучий ще раз презентував графік результатів головного опитування глядачів і телеглядачів, а також представив найвдаліші фрази випуску, які об'єднали велику аудиторію, отже засвідчили переконливість доповідачів.

У телепередачі «Свобода слова» застосовуються елементи «інфотейнменту», що впевнено поглинає всі інші жанри українського телевізійного простору. Серйозну аналітичну інформацію популярно сьогодні подавати з відтінком розважальності. На практиці таке розважання зводиться до незвичного розташування слів у фразах та стратегії відбору тем, використання анімації, музичного супроводу тощо.

З одного боку, такий формат передачі породжує гострі дискусії, безпосереднє пряме опонування, протистояння, «живі» емоції, відповідно приваблює більше глядачів, які за інших умов не зацікавилися б серйозними, складними суспільно-політичними темами. До того ж і рейтинги каналу зростають. З другого боку, відбувається підміна слідування фактам та аналітичного осмислення серйозних проблем на емоційне сприймання інформації, на гру, інтриги, азарт. У результаті як учасники передачі, так і глядачі втрачають невиправдано багато часу на розкриття суті поставлених питань, які часто так і залишаються відкритими.

Завданням компетентного журналіста є не лишень подача фактів та різних точок зору. Андрій Куликов добре це розуміє і в своїй програмі він модерує, розраховує час, має хороший запас влучних питань і може інколи висловлювати власні думки, але в той же час чітко відділяє їх від подачі фактів та від виступів політиків-гостей. Ведучий проекту в одному зі своїх інтерв'ю зазначив, що у своїй програмі виконує «роль декорації». Початок

кожного ток-шоу демонструє, як його ведучий позиціонує себе по відношенню до глядачів. Ракурс ведучого – Куликова – зі спини вказує на другорядність його ролі. На підтвердження цієї тези можна навести такий приклад: після ефіру глядачі підходять фотографуватись не з ведучим, а з політиками чи краще з експертами.

Висновки. Ток-шоу «Свобода слова» з Андрієм Куликовим, що виходить на телеканалі «ICTV» – одне з найпопулярніших сучасних політичних телешоу, що приваблює багатьох глядачів завдяки гострій проблематиці обговорюваних питань, харизматичній особистості ведучого, авторитетності гостей і толерантності ведення діалогу. Андрій Куликов модерує, розраховує час, має хороший запас влучних питань і може інколи висловлювати власні думки, але в той же час чітко відділяє їх від подачі фактів та від виступів політиків-гостей.

2.2 Особливості побудови ток-шоу «Право на владу» (1+1)

«Право на владу» – політичне ток-шоу, що перевіряє, чи готові українські політики бути обраними і бути при владі. Прем'єра програми відбулась 11 вересня 2014 року. У ефір «1+1» «Право на владу» виходить щочетверга о 22:30.

Щоразу до студії програми «Право на владу» приходять чотири українських політики. У прямому ефірі перед глядачами, експертами, опонентами та журналістами вони відповідають на незручні запитання, аби довести, що справді мають право на владу. Перевіряють політиків за кількома аспектами: чи вірять їм глядачі, чи поділяють їхню позицію експерти, чи погоджуються з ними опоненти та чи не піймали їх на брехні журналісти. Щоб не мати змоги впливати на ведучого, учасники не знають, хто ведучий ток-шоу, всі чують лише холодний та неупереджений голос за кадром.

Поставити питання політикам може кожен охочий через сайт проекту <http://pravonavladau.tsn.ua/>.

Існує чимало телепроектів, де політики можуть посперечатися між собою і повеселити публіку під конферанс маститого ведучого, в українському медіапросторі більш ніж достатньо. Але саме це ток-шоу у своєму роді унікальне, адже ведучого ніхто не знає, отже і впливу на нього не має. Варто лише раз поглянути наскільки зверхньо спілкується з політиками «уособлення ведучого» – камера з очима, і одразу стає зрозумілим, що ведучий не плекає ні ілюзій, ні симпатій по відношенню до політиків і ті не мають над ним влади.

Ще анонси ток-шоу давали зрозуміти: предметом вивчення й дослідження в цьому шоу стануть не проблеми, а особи політиків. Це спонукало деяких журналістів до роздумів про те, чи не буде заявлене політичне ток-шоу «соціальним» шоу з привселюдним пранням брудної білизни – тільки вже для політиків. Перший випуск розвіяв побоювання критиків. Дискусію гостей студії модерує безликий ведучий. У тому сенсі, що в студії його просто немає. Тому і телеглядачі, і присутні на майданчику, чують тільки голос згори [30].

«Право на владу» творять у знімальних павільйонах на бульварі Лепсе – сюди з'їжджаються глядачі, гості і співробітники проекту.

У студії працює 8 камер. А дев'яту глядачі не можуть побачити, але вона є. Вона потай підглядає за експертами, і якщо вони починають соватися на стільці – дає їм слово. Ведучого в студії представляє камера. Глядачів змушують одягати бахили, бо у студії підтримують ідеальну чистоту. Також за форматом у ток-шоу не має прямого включення, усе відбувається «на цьому місці і в цей час». Все інше відбувається за законами ток-шоу.

На яскраво червоній платформі у вигляді хреста по чотирьох кінцях розташовуються учасники дискусії, а посередині над ними висить камера з імпровізованими очима. У ведучого є звернення до гостей: «Подивіться мені в очі!» Тому для наочності зробили такі очі. Студія, освітлена в яскраво-

червоне. Сцена у формі хреста, на якій розпинаються четверо політиків. Грізно-комічний голос ведучого за кадром, що долинає звідкілясь із гори – майже пародія на Бога. Ведучий не лише відсутній у студії, але й анонімний, що створює додаткову інтригу для глядачів – гадати, що він, той закадровий громовержець: напевне всім відомий, інакше навряд чи знадобилося б до невпізнанності змінювати голос.

Голос ведучого змінюється за допомогою комп'ютерної програми. А місце, де він знаходиться, засекретили згідно концепції. Хто ведучий знає буквально 2-3 людини з керівництва проекту.

Сама наявність голосу згори стримує гостей. Крім того, ведучий займає наступальну позицію, він керує процесом на майданчику. Він не вступає в дискусію, він не може підійти і доторкнутися до учасника або відвернутися, образившись. У звичайному ток-шоу ведучий може жестом, дотиком дати зрозуміти гостю – мовляв, закінчуй. Тут такої можливості немає, тому голос зверху може або різко перервати розмову, або перевести на інше питання.

Ведучий висловлював чимало слухних зауважень, нагадував про важливі аспекти обговорюваних проблем, позначав спроби учасників ухилитися від прямої відповіді. Але раптом ніби згадував про приписану сценарієм роль і суворо вимагав: «Дивіться мені в очі!» Інтенації при цьому варіювалися від анонсованих грізно-прокурорських до цілком дружніх і приязних, змінюючись без очевидних приводів. Хоч би якою була сценарна роль, але витримувати її стилістику протягом усього випуску ведучий не зміг. Те саме стосувалося й його поводження з учасниками: іноді він без пояснень переривав їх, іноді, навпаки, заохочував, підкидаючи нові аспекти обговорюваних тем.

Завдання проекту – показати глядачеві учасників такими, які вони є, як вони реагують на ту чи іншу ситуацію. Людина може проявити себе в рамках правил ток-шоу. І якщо він не підкоряється цим правилам або заперечує їх – це його позиція, яка теж про щось скаже глядачам.

Засновники ток-шоу не планують відкривати ім'я ведучого і в даний час це правильно. З іншого боку, це дає змогу учасникам вести діалог між собою, знаходити консенсус, а не спілкуватися виключно з ведучим або через нього. Основне завдання проекту – щоб гості говорили між собою і щоб люди, які потім будуть вибирати їх, побачили, як вони можуть спілкуватися між собою і чи можуть вони спільно приймати рішення.

Для того, щоб ознайомитися з методикою ток-шоу, треба проаналізувати його. Так, наприклад, 17 березня 2016 року серед запрошених журналістів і гостей-політиків були Борислав Береза («Правий сектор»), В'ячеслав Кириленко («Народний фронт»), Світлана Фабрикант («Сильна Україна») і міністр освіти України Сергій Квіт.

За дві години ефіру гості студії мали обговорити дві теми – євроінтеграцію та перевибори влади.

Незручні запитання прозвучали від глядачів у студії (виключно молодих студентів), ведучого та експертів – ними стали журналісти ТСН Ольга Кошеленко і Марія Васильєва, Володимир В'ятрович, директор Українського інституту національної пам'яті, і Георгій Коваленко, протоієрей УПЦ.

Протягом усього ефіру глядачі мали право голосувати по телефону та в Інтернеті за присутніх у студії політиків. Також в програмі передбачений інтерактив – запитання від інтернет-користувачів. Найцікавіші і доречні оголошує ведучий.

На початку випуску ведучий влаштував блиц-опитування учасників дискусії. «Чи готові опинитися на смітнику, чи підтримуєте тих, хто воює з пам'ятниками?» У Фабрикант «голос зверху» запитав, чи провідала вона Шуфрича в лікарні. Персональне питання для Квіта – «виключить він свого студента, якщо той відпиляє ногу пам'ятнику Сковороді?»

Далі слідують більш серйозні питання, на кожен відповідь – 2 хвилини. За порушення правил – «штраф і санкції» (відключення мікрофону на хвилину). Цілком звична картина для політиків, які звикли виступати на час

за регламентом у Верховній Раді. Редактори проекту підготували питання, виходячи з актуальних подій, останніх заяв політиків, спробували розворушити помилки минулого і темні факти біографій народних обранців. Так, наприклад, ведучий запитав Фабрикант, чи є у неї вища освіта, а у Квіта – «хто заважає побороти корупцію у сфері освіти?» Кілька разів у політиків була можливість поставити питання один одному – за вказівкою «голосу зверху».

Незважаючи на відсутність ведучого на майданчику, складалося враження, що він контролює в студії всіх, включаючи зал – глядачам він іноді теж ставив питання, на кшталт «Чого сміємося? Чого хлопаєм в долоні?». По відношенню до політиків «голос» був суворий і часом зайво гордовитий: «Бориславе, підніміть очі вище. Ще вище. Ще. Все, мене влаштовує», «Вам, панове політики, тільки дай ефір – і ви розповісте все, що завгодно, тільки не те, що треба. Вибачте».

Були й сумнівні тези, які, відповідно до формату, міг виправити лише ведучий або ж інші учасники, тільки дуже згодом, коли сама сумнівна теза вже й забулася.

Функція експертів була обмеженою: вони поставили по одному запитанню до одного-двох учасників, а наприкінці випуску виголосили свої коментарі. Попри обмежену участь, їм удалося, здавалося б, неможливе: вони-таки внесли у програму елемент дискусійності. І сталося диво: регламент припинив бути догмою, голос ведучого пом'якшав, учасники на очах стали розкутішими – й з'явилися думки, позиції, аргументи.

На відміну від традиційних ток-шоу, експерти мали змогу й коментувати отримані відповіді, й висловлювати своє бачення проблем, що подеколи виявлялося вельми нетривіальним. Самі запитання змушували думати. Розмова на рівних експерта з політиком – усе ще дивина для нашого телебачення.

На змінальному майданчику ток-шоу панує винятково доброзичлива атмосфера. Правда, деякі політики дозволяли іноді собі «гострі словечка» та

інтонації, але це вже питання культури публічної поведінки, адже у студії були не друзі та приятелі, не приватні особи, а політики, причому в даному разі представники протилежних таборів.

Наприкінці програми за планом відбувається голосування учасників дискусії один за одного: на екваторі випуску ведучий підводить проміжний підсумок, і гостям пропонують проголосувати за того, чия позиція імпонує їм найбільше, потім політикам дають ще один шанс висловитися – з урахуванням почутого у випуску. Зробити після ефіру життєво важливі висновки та отримати нові знання вдасться не завжди.

Висновки. Відсутність у кадрі політичного ток-шоу «Право на владу» на телеканалі «1+1» ведучого та інших «третьох осіб» видалося вдалим кроком, що не відволікає учасників розмови. Ще одним безумовним плюсом стала така побудова ток-шоу, яка унеможлиблювала розлогі монологи й спонукала учасників до змістовності та лаконічності. Зворотнім боком цього стало те, що дискусії здебільшого не виходило, а виходили короткі монологи, коли промовці, до того ж, економили час на аргументації.

Подеколи «закадровий голос» видавався штучним, ніби напускав особливу грізність у певні моменти. Проглядало в «закадрового голосу» й різне ставлення до різних учасників.

Попри деякі недопрацювання, ток-шоу «Право на владу» – цікавий формат такого жанру, який дозволяє побудувати діалог і тримає усіх учасників в інтризі.

2.3 Погляд на політику в шоу «Шустер live» (3STV)

«Шустер live» – суспільно-політичне ток-шоу, транслюється в прямому ефірі на каналі «3S TV». Виходить щоп'ятниці в прайм-тайм, тривалість передачі – до п'яти годин. Ведучий – Савік Шустер, співведучий – Петро Мага. Проводиться студією «Савік Шустер Студія» («3S»). Девіз програми – «Прямий ефір – це свобода». На ток-шоу запрошуються люди

протилежних думок, що робить передачу цікавою і гостросюжетною. Виходячи з девізу програми, інформаційний майданчик для свободи слова в прямому ефірі.

Щоп'ятниці до студії запрошують вітчизняних та закордонних політиків, представників керівних органів України, громадських діячів, журналістів та політичних експертів. Передачі орієнтовані на глядацьку аудиторію, яка гостро реагує на події політичного життя України, соціальні проблеми суспільства та процес становлення демократії в Україні. Формат програми: інформаційно-політичне інтерактивне ток-шоу з елементами реаліті. Форма мовлення: прямий ефір.

Редакторські завдання передачі – вибрати протягом тижня одне або декілька найбільш гострих яскравих цікавих суперечливих суспільно-політичних подій і в прямому ефірі показати погляд на нього (них) протилежних точок зору [16].

Аудиторія в студії. Ретельним підбором аудиторії займається соціологічна служба найдосвідченіших українських соціологів. Вибірка здійснюється за принципом «уся Україна». Аудиторія формується в залежності від теми передачі представників двох груп «страт» та фахівців (наприклад юристи і службовці ЖКГ або міліціонери і злочинці або лікарі і пацієнти та ін.), думка яких з обговорюваних питань можуть, як збігатися так і істотно розходитися або бути кардинально протилежними. У самій програмі їх реакція постійно візуально відображається за допомогою кольорових «градусників», які демонструють чи переконав оратор глядача чи не переконав.

Протягом усієї передачі всі думки аудиторії постійно фіксує комп'ютерна система, яка вимірює «температуру» – реакцію глядачів. Максимальні збіги і розбіжності думок аудиторії ведучий програми Савік Шустер коментує. AfterLife – це відкритий погляд на українську політику і політиків. За лаштунками герої програми Шустер LIVE поводяться

відвертіше ніж в ефірі. Вони розповідають про те що вони хотіли приховати і намагалися розібратися в реальних мотивах прийняття рішень.

Для того, щоб ознайомитися з методикою ток-шоу, треба проаналізувати його. Так, наприклад в п'ятницю 28 лютого 2016 року, Савік Шустер в ефірі обрав для своєї програми дві теми. Перша з них не викликала жодних застережень, оскільки шоу виходило напередодні річниці драматичних подій – розгону й побиття учасників студентського протесту на Майдані загонами спецпризначенців «Беркут».

Ведучий створив всі умови для запрошених колишніх учасників протесту. Шустер вперше фактично поступився власною роллю ведучого, передавши її співакці й громадській активістці Руслані Лижичко. І не прогадав. Простодушні й відверті розповіді молодих людей, потерпілих від беззаконних дій спецназу, отримали практично 100-відсотковий рівень довіри аудиторії в студії, представивши і перед ними, і перед глядачами біля телевізорів обставини одного з переломних моментів в історії Євромайдану. Після якого, нагадаємо, вже 1 грудня на Майдан Незалежності вийшли, за різними оцінками, півмільйона протестувальників.

Питання викликали два моменти. Сценарій програми, звісно, справа автора. Але той факт, що ток-шоу почалося з історії про те, як рік тому, напередодні побиття студентів, відбулася спроба зняти програму Шустера з ефіру «Інтера» і як нинішній президент країни Петро Порошенко зміг тоді вирішити проблему «на найвищому рівні» – явно не випадковість. Як і наче побіжне зауваження Шустера по ходу програми – «меня тут закривають». За великим рахунком, скористатися можливостями публічного захисту свого комерційного продукту – не надто великий гріх для медійника. Але не варто забувати, що за свою вже тривалу й різноманітну кар'єру на українському ТБ програми Савіка Шустера не раз і не два виступали майданчиками для реалізації маніпулятивних схем колишньої влади. Щоб це пригадати, достатньо звернутися до архіву наших моніторинрів на сайті «Телекритика».

І це варто мати на увазі, спостерігаючи за нинішніми акуратними спробами успішного шоумена злегка підправити свій бекграунд.

Що ж до заявленої в програмі теми «Хто відповідь за розгін Майдану?», то на це запитання у студії було просто нікому відповісти. Ані представника Генпрокуратури, ані правоохоронців, що мають безпосередній стосунок до розслідування тих подій, у залі не було.

Номінально роль представника правоохоронної системи мав, очевидно, виконувати радник міністра внутрішніх справ Антон Геращенко. Але, як здалося, звична для нього тролінгова манера поведінки була тут явно недоречна, а до серйозної розмови по темі Геращенко явно не готувався. Тому й на запитання активістки «Євромадан SOS» Олександри Матвійчук, скажімо, про те, чому МВС Авакова досі керується висновками службового розслідування часів экс-міністра Захарченка, де явно занижена кількість потерпілих, і фактично виправдовують дії «Беркута», обмежився загальними фразами. Прозвучало щось на кшталт довлатовського: «Следствие на единственно верном пути, товарищи!».

Друга частина програми неочікувано перетворилася на обговорення кандидатів на міністерські посади у другому уряді Яценюка. Ні, не тих, хто реально претендує на ці посади, а представників громадської організації випускників закордонних вишів «Професійний уряд».

Залучення урядових позапартійних технократів – ідея, актуалізована самим Президентом у зверненні до парламенту. Окремі представники пропрезидентського блоку також взялися озвучувати на публіці різного роду спекуляції на цю ж тему.

І все ж, при всій повазі до молодих, добре освічених людей, які виходили цього вечора до мікрофона в студії, було складно повірити, що саме з них буде обрано міністрів економіки, фінансів та закордонних справ. Умовність того, що відбувається, всіляко підкреслював і сам Савік Шустер, неодноразово вживши слово «експеримент», а одного разу, схоже ненавмисно – слово «симуляція».

Власне, саме на симуляцію все це й було подібним. Практично всі присутні депутати не без зусиль зберігали серйозність і намагалися формулювати зважені питання, сміху часом не вдавалося втримати тільки недосвідченому Мустафі Найєму. Цікаво, що аудиторія тим часом утримувала рівень власної довіри до слів молодих активістів в межах 50–70 відсотків. Закінчилася вся ця історія тим, що майже 95 відсотків погодилися, що хотіли б брати участь в обговоренні кандидатур до влади.

Після цього, цілком очікуваного підсумку голосування, дискусія пожвавішала ще двічі: коли позафракційні депутати в особі Сергія Міщенка та Борислава Берези торкнулися питання щодо участі саме позафракційників у розподілі керівних портфелів у парламенті, і вдруге – коли присутні захвилювалися стосовно того, чи знайдуться іноземні фахівці, згодні працювати міністрами за, здається, 5600 гривень.

Програма завершилася, залишивши стійке відчуття нерозуміння, – навіщо все це було?

Можливо, «ділова гра», яку ми побачили в ефірі в Савіка Шустера – це й була спроба залишити у свідомості глядачів хоча б ілюзію того, що якесь там обговорення якихось кандидатур десь там відбулося?

Ведучий та гості студії намагалися знайти відповіді на злободенні українські питання і визначити громадську позицію стосовно них. Були порушені елементарні правила ведення дискусії: опоненти не дослуховували один одного, перекрикували, поводитися недисципліновано. Це наводить на думку про невміння ведучого керувати ситуацією і організувати нормальний, цивілізований діалог.

Негативною тенденцією ток-шоу є те, що Шустер LIVE продовжує традицію українських полілогічних програм – запрошувати до діалогу одних і тих же осіб (класичне «сузір'я» гостей). Деякі гості настільки увійшли у формат цього ток-шоу, що впевнено відбирають слово у нових учасників передачі. В такому випадку ведучий намагається надати слово усім

запрошеним, але новачки його не можуть втримати, бо в студії одразу розпочинається суперечка.

На думку сучасних телекритиків, ток-шоу Шустер LIVE не є якісно новим за змістом чи формою. Більше того, деякі дослідники вважають, що його не можна назвати справжнім політичним ток-шоу, а лише «політичною балачкою».

Висновки. Теперішній формат Шустер LIVE не є комфортним для отримання глядачами повноцінної інформації з питань, що розглядаються. Ведучий Савік Шустер дає повну свободу учасникам бесіди. Опоненти, які беруть участь у ток-шоу, часто втрачають ініціативу через поверхову обізнаність із проблематикою, що обговорюється. За такою схемою побудовано більшість сучасних українських ток-шоу.

2.4. Медійна точка зору в програмі «РесПубліка» (5 канал)

«РесПубліка» – виходить на «5 каналі» щочетверга о 21.30. Ведуча – Анна Безулик. Згідно з форматом – тривалість програми 1,5 години. У студії обов'язкова присутність «медійної» точки зору. Назва програми «РесПубліка» перекладається як «справа народу». Особливість ток-шоу – це схема уявлення. На учасників проекту складається спеціальне CV. До студії запрошують двох опонентів та ще декількох медіа-експертів, які дають запитання під час дискусії між опонентами. У студії встановлені веб-камери, які знімають те, що відбувається в студії під час рекламних пауз. Глядачі та учасники проекту висловлюють свої думки і претензії до шоу.

Щоб детальніше проаналізувати формат ток-шоу «РесПубліка» обрано кілька випусків. Так, 21 березня 2016 року ток-шоу учасники спілкувалися на тему «Десовєтизація України або Чи святкувати нам 9 травня?». У студії обговорювали постанову президента про примирення і з'ясовували чи потрібно нам зберегти свято Дня Перемоги 9 травня. Також говорили про інші рудементні свята, пам'ятники і традиції радянської епохи.

Обов'язковими учасниками є журналісти. Журналісти посідають особливе місце в ток-шоу «РесПубліка», оскільки вони є професійними комунікаторами. Від їхнього професіоналізму залежить налагодження зв'язків між різними соціальними групами суспільства, стан мас-медій, взаємообмін різноманітними точками зору, інформацією, досвідом, процес самоорганізації тощо.

Гостями випуску були Олексій Гарань – професор кафедри політології НаУКМА (український політолог, доктор історичних наук); Володимир Ландік – політик, народний депутат V та VI скликань; Ігор Мірошніченко – політик, народний депутат VII скликання (член політради Партії ВО «Свобода»); Ярослав Діденко – депутат Київради (голова Громадського руху «Кияни разом»).

20 квітня 2016 року присутні обговорювали тему «Конфлікт в коаліції чи криза влади».

Роман Заставний – народний депутат, фракція «Народний фронт» (член Комітету Верховної Ради з питань податкової та митної політики); Борис Козир – народний депутат, фракція «Блок Петра Порошенка» (заступник голови Комітету з питань транспорту); Олег Купрієнко – народний депутат, фракція Радикальної партії (заступник голови Комітету з питань Регламенту та організації роботи Верховної Ради); Андрій Денисенко – народний депутат, позафракційний (член Комітету з питань правової політики та правосуддя) спілкувалися про конфлікт, який спостерігається в парламенті між політичними силами. Різні політичні сили його визначають як кризу влади чи як розподіл сфер впливу. Досліджували причини пікету профспілками Адміністрації Президента і при роль у цій ситуації Ахметова. З'ясовували, чому Кабінет Міністрів вирішив перевірити діяльність донецького губернатора Олександра Кіхтенка. Спілкувалися про мету лідера фракції БПП Юрія Луценка залякування депутатів від Радикальної партії, Народного фронту і Опозиційного блоку запитамі від ГПУ. З'ясовували, навіщо в Раді створили Комітет майбутнього, завдання якого: вироблення і

сприяння реалізації стратегії інноваційного розвитку України на основі державних і суспільних пріоритетів.

У цьому випуску також враховувалася медійна думка. Журналіст аби донести свою точку зору повинен виявити неабиякі акторські здібності, зуміти, де це потрібно, залишитися непоміченим, спрацювати у ролі стороннього спостерігача, а в іншому місці зіграти важливу персону, домогтися довіри, схилити співрозмовника на свій бік і обов'язково сподобатися йому, адже тільки за умов цілковитої довіри можливе правильне донесення інформації, що присутнє в ток-шоу «РесПубліка».

На основі розглянутих вище випусків ток-шоу можна зробити висновок, що мета програми «РесПубліка» – найбільш повно розкрити інформаційну картину дня в унікальному для українського телеринку форматі саме через медійну думку. Програма орієнтована на глядацьку аудиторію, яка гостро реагує на події політичного життя країни, соціальні проблеми суспільства і процес становлення демократії в Україні.

Це проект в якому увагу зосереджено не тільки на актуальному інформаційному контенті, а першочергово на суспільному значенні і змісті проблем, які обираються для дискусій. Темами для обговорення стають або найбільш резонансні, або цікаво висвітлені в різноманітних ЗМІ важливі суспільні проблеми або події. Спектр тем не обмежено: соціум, культурні, міжнародні, політичні тощо – все, що насправді хвилює громадян, що є народною або суспільною справою.

Драматургію програми визначає зіткнення принаймні двох різних точок зору на головне питання дискусії. Особливість формату – обов'язкова присутність «третьої», «медійної» точки зору. Тобто, участь у програмі «медіа-людей», які висвітлювали, досліджували питання дискусії та є компетентними в ньому. Саме їхні версії подій перетворюються на «підпитання» дискусії та розмежовують її на блоки.

Безумовно, щодо проблеми та версій журналістів в студії також дискутують експерти, відомі в суспільстві особистості та безпосередні

учасники подій. Головне концептуальне завдання проекту «РесПубліка з Анною Безулик»: створити світ спілкування людей, здатних генерувати ідеї та сенси, людей, які не просто відтворюють штампи, а створюють інформаційний світ і нашу країну.

В студії встановлені веб-камери, які зніматимуть те, що відбувається в студії під час рекламних пауз. Глядачі та учасники проекту можуть висловити свої думки та претензії до шоу. Щодо назви програми пані Безулик нагадала, що «РесПубліка» перекладається як «справа народу»: «Нам би хотілось, щоб люди нарешті зрозуміли, що наше майбутнє в наших руках. Майбутнє України – це справа народу»

Безумовним плюсом є така побудова ток-шоу, яка унеможливорює розлогі монологи й спонукає учасників до змістовності та лаконічності.

Висновки. Особливістю ток-шоу «РесПубліка» є швидке реагування учасників на гострі проблеми дня, оперативність у вирішенні актуальних питань, що й визначає динамізм програми та її популярність серед глядачів. Також не можливо не відмітити присутність медійної точки зору в шоу. Журналісти, спілкуючись з численними співрозмовниками й аудиторією, здійснює функції педагога, щонайменше в двох аспектах: по-перше, відкриваючи людям шлях до нових знань в політичній сфері, і по-друге, формуючи громадську думку. У нашому суспільстві думка журналіста досить важлива через те, що її представники наділені великим суспільним авторитетом, до них звертається пересічний громадянин у незрозумілі моменти політичного життя, шукаючи нової інформації та правди.

ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ

Проаналізувавши 4 типи рейтингових українських політичних ток-шоу «Право на владу» (1+1), «Свобода слова» (ICTV), «Шустер live» (3stv), «РесПубліка» (5 канал), можемо узагальнити основні ознаки сучасних програм такого формату. Ток-шоу проходить в прямому ефірі і передбачає

такі категорії учасників: а) ведучий програми; б) основні учасники програми (гості з членів уряду та парламенту, керівники різних відомств; відомі публічні особистості); в) спеціально запрошені гості (експерти у різних галузях); г) аудиторія (до 100 осіб). Також, при необхідності, участь в програмі беруть зарубіжні або вітчизняні гості, які перебувають в інших країнах світу чи регіонах України. Деякі із цих складових можуть коригуватися.

Кожне із проаналізованих ток-шоу має свої особливості. Так, відсутність у кадрі політичного ток-шоу «Право на владу» на телеканалі «1+1» ведучого та інших «третіх осіб» видалося вдалим кроком, що не відволікає учасників розмови. Ще одним безумовним плюсом стала така побудова ток-шоу, яка унеможлиблювала розлогі монологи й спонукала учасників до змістовності та лаконічності. Зворотнім боком цього стало те, що дискусії здебільшого не виходило, а виходили короткі монологи, коли промовці, до того ж, економили час на аргументації.

Ток-шоу «Свобода слова» з Андрієм Куликовим – одне з найпопулярніших сучасних політичних телешоу, що приваблює багатьох глядачів завдяки гострій проблематиці обговорюваних питань, харизматичній особистості ведучого, авторитетності гостей і толерантності ведення діалогу. Андрій Куликов модерує, розраховує час, має хороший запас влучних питань і може інколи висловлювати власні думка, але в той же час чітко відділяє їх від подачі фактів та від виступів політиків-гостей.

«Шустер LIVE» продовжує традицію українських полілогічних програм – запрошувати до діалогу одних і тих же осіб (класичне «сузір'я» гостей). Деякі гості настільки увійшли у формат цього ток-шоу, що впевнено відбирають слово у нових учасників передачі. В такому випадку ведучий намагається надати слово усім запрошеним, але новачки його не можуть втримати, бо в студії одразу розпочинається суперечка.

Драматургію програми «РесПубліка» визначає зіткнення принаймні двох різних точок зору на головне питання дискусії. Особливість формату –

обов'язкова присутність «третьої», «медійної» точки зору. Тобто, участь у програмі «медіа-людей», які висвітлювали, досліджували питання дискусії та є компетентними в ньому. Саме їхні версії подій перетворюються на «підпитання» дискусії та розмежовують її на блоки.

Формат політичних ток-шоу передбачає зв'язок з аудиторією. Це полягає у тому, що на початку телепередач ведучий ставить питання, на яке телеглядачі можуть відповідати за допомогою смс, кнопок на пультах у залах, та короткої відповіді «так» чи «ні». Ще один приклад зв'язку з реципієнтами є пропозиція поставити питання або написати новину, яка може стати приводом та темою для нової передачі на веб-сторінці проекту.

ВИСНОВКИ

Політичне ток шоу в українському телебаченні відносно новий жанр. Ток-шоу – жанр телепередачі, телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу, точок зору. Як правило в ток-шоу беруть участь запрошені експерти з якихось конкретних питань, запрошені гості але можуть також і присутні глядачі. Спілкування гостей телепрограми організує звичайно один, або іноді декілька телеведучих – ЗМІ-модераторів. Найчастіше, основною темою дискусії є інтерв'ю із запрошеними гостями до студії – політиками, знаменитостями, фахівцями.

Ток-шоу як новий жанр журналістики є поєднанням найяскравіших якостей телебачення (найновішого ЗМІ): розважальності та пізнання. Для будь-якого глядача сьогодні – це суспільно-важливе явище, яке має велике соціальне значення. Це свого роду інсценування певної життєвої ситуації та ймовірних шляхів її вирішення. Ток-шоу – це розмовне видовище, під час якого відбувається спілкування ведучого- рефері з учасником (учасниками) програми, запрошеними до студії, а також ведучого-рефері й учасника (учасників) зі студією, та яке передбачає запитання і відповіді,можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь [23, с. 34].

У процесі наукового дослідження були виконані усі поставлені завдання. Ми з'ясували поняття «ток-шоу» та визначати його особливості. Виокремили, що ток-шоу як провідний жанр телевізійної журналістики відрізняється надзвичайною тематичною й функціональною широтою. Він поєднує ознаки інтерв'ю, дискусії, гри, концентрується навколо особистості ведучого. Визначення жанру ток-шоу базується на його розмовній природі. Під ток-шоу розуміємо розмовний телевізійний жанр, що будується в питально-відповідній формі з неодмінною участю харизматичного ведучого, глядачів у студії, компетентних експертів і гостей з цікавою історією. Основні принципи, на яких будується ток-шоу, це правдивість і реальність

того, про що говориш. На ток-шоу запрошуються люди, які знають зміст проблеми не зі статистичних даних, а мають багатий особистий досвід роботи в пропонованій до розгляду темі.

Було досліджено історичні передумови виникнення та становлення ток-шоу у світі й Україні. Зокрема, розглянуто два періоди у розвитку вітчизняного ток-шоу: перший – з середини 1980-х по 1991 рік, коли жанр був трибуною для обговорення актуальних питань сучасності; другий – 1991-1993 рр. по сьогоднішній день – період експансії закордонних жанрів. З'ясовано, що українські ток-шоу почали існувати як «кальки» західних телепрограм, копіюючи не тільки їхні основні ознаки (легкість розмови, артистизм ведучого, обов'язкову присутність аудиторії), але й розважальність як елемент комерційного успіху.

Також було визначено місце політичних ток-шоу в тематичному діапазоні жанру. Телебачення є найефективнішим провідником політичних технологій, технологій створення політичного іміджу, джерелом маніпуляцій свідомістю глядача, тому популярними в Україні є політичні ток-шоу.

Політичні ток-шоу можуть бути представлені різними моделями, зокрема, інфотейменту, публічної презентації влади, політичного театру, медіагри, активного посередника в суспільному діалозі [48, с. 198].

На прикладі сучасних рейтингових політичних ток-шоу було узагальнено основні формальні типи програм такого жанру. Ми проаналізували чотири різновиди політичного ток-шоу: «Право на владу» на «1+1», «Свобода Слова» з Андрієм Куликовим на «ICTV», «Шустер live» з Савіком Шустером на каналі «3s tv», «РесПубліка» з ведучою Анною Безулик на «5 каналі». У ході дослідження було розкрито специфіку українського політичного ток-шоу. З'ясовано, що підготовка та проведення випусків політичних ток-шоу здійснюється на основі або обговорення поточних подій, або спеціальних тематичних випусків. Ток-шоу проходить в прямому ефірі і передбачає такі категорії учасників: а) ведучий програми; б) основні учасники програми (гості з членів уряду та парламенту, керівники

різних відомств; відомі публічні особистості); в) спеціально запрошені гості (експерти у різних галузях); г) аудиторія (до 100 осіб). Також, при необхідності, участь в програмі беруть зарубіжні або вітчизняні гості, які перебувають в інших країнах світу чи регіонах України.

Отже, для ток-шоу характерні три ланки політичної комунікації: влада або комунікант, журналісти і саме ток-шоу (як канал) і глядацька аудиторія як сприймач.

Керівництво політичних ток-шоу націлене на зв'язок з аудиторією. Це полягає у тому, що на початку телепередач ведучий ставить питання, на яке телеглядачі можуть відповісти за допомогою смс, кнопок на пультах у залах, та короткої відповіді «так» чи «ні». Ще один приклад зв'язку проектів з реципієнтами є на офіційних веб-сторінках (котрі мають деякі з цих ток-шоу): це пропозиція поставити питання або написати новину, яка може стати приводом та темою для нової передачі.

Ток-шоу – це певна можливість для політиків сформувати політичну свідомість реципієнтів відповідно до своїх поглядів, наводячи ті факти, які вигідні самим урядовцям. Звичайно, ведучі телепередач ставлять впливовим гостям провокаційні питання, але це і їхня можливість виправдатися. Тобто первинна функція комуніканта – формування політичної свідомості – у передачах дотримана [41, с. 17].

Дослідивши структуру, зміст і поведінку учасників аналізованих ток-шоу, виокремлюємо необхідні умови успіху такого жанру: наявність у ведучого бачення суті теми, варіантів її розвитку, можливостей для провокацій героїв студії; харизма, шарм ведучого, довіра до нього публіки; компетентність запрошених політичних діячів, журналістів та еспертів; здатність до дискусії; орієнтація на вирішення проблеми.

Ток-шоу у його первісному вигляді повинно допомагати глядачеві, який зіштовхнувся із життєвими труднощами, дати зрозуміти, що його ситуація не унікальна, що він не один: є ще люди, яких хвилюють ті ж питання, і ті, які готові поділитися з ними своїм життєвим досвідом. Саме

ток-шоу дозволяє моделювати ситуацію, спільно переживати її, опосередковуючись підтримкою віртуального колективу, і припускати допустимі варіанти поведінки, що заповнюють нестачу авторитетних суджень та вказівок. Ситуації, які моделюються у програмі, призначені відчиняти «завісу таємниці» над способом роздумів іншої людини і допомогти у пошуках компромісу. Це своєрідні «думки вголос». Невід'ємною рисою даного жанру є його, так би мовити, народність.

У свою чергу політичні ток-шоу також мають задовольнити політичні смаки своєї аудиторії, допомогти розібратися у вирі подій. Адже у кожній державі є влада, а відповідно є опозиція, є чиновники, які створюють закони та лобіюють свої інтереси. Населення не може залишатися осторонь свого політичного життя. У первісному вигляді експерти визначають політичні ток-шоу як жанр аудіовізуального витвору, головною метою якого є зосередження уваги глядачів на окремих аспектах політичного життя суспільства. Політичні ток-шоу відрізняються від інших політичних програм саме наявністю так званого «внутрішнього» активного глядача. На це і розраховують творці цих програм, коли вдаються до маніпуляцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Лінгвістичний енциклопедичний словник: Дискурс / Наталія Арутюнова. – М., 1990. – 136 с.
2. Багіров Є. Місце телебачення в системі засобів масової інформації та пропаганди / Євген Багіров. – М.: Из. Моск. ун-ту, 1976. – 119 с.
3. Багіров Є. Нариси теорії телебачення / Євген Багіров. – М., 1978. – С. 95-118.
4. Бірбом М. Господар ток-шоу / Максим Бірбом // Супутник – ТБ. – 2005. – №7. – С. 4-7.
5. Богомолова Н. Соціальна психологія друку, радіо і телебачення / Наталія Богомолова. – М.: Из. МГУ, 1991. – 125 с.
6. Бочковський О. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О. Бочковський, С. Сірополко / За ред. К. Костева й Р. Кошарінського. – Мюнхен: Український техніко-господарський інститут, 1993. – 204 с.
7. Вакурова. Н. Типологія жанрів сучасної екранної продукції / Н. Вакурова, Л. Московін. – М., 1998. – 34 с.
8. Вартанов А. Актуальні проблеми телевізійного творчості на телевізійних підмостках / Анрі Вартанов. – М., 2003. – 112 с.
9. Вачнадзе Г. Всесвітнє телебачення: Нові засоби масової інформації – їх аудиторія, техніка, бізнес, політика / Георгій Вачнадзе. – Тбілісі: Ганатлеба, 1989. – 672 с.
10. Гавриленко І. Політична система суспільства // Політологічні читання / Іван Гавриленко. – К.:ВЦ «Академія», 1993. – 311 с.
11. Гелів С. Політологія / Гелів С., Рутар С. – Київ: Знання, 1999. – 78 с.
12. Гетьманець М. Сучасний словник літератури і журналістики. / М. Гетьманець, І. Михайлин. – Х.: Прапор, 2009. – 384 с.
13. Голованова М. Фестиваль, який об'єднує регіони // Техніка кіно і телебачення / Марта Голованова. – 1997. – 112 с.

- 14.Голоднікова Ю. Політичне ток-шоу як всеукраїнська медіагра / Юлія Голоднікова // Вчені записки національного університету ім. В. Вернадського. – Серія «Філологія. Соціальна комунікація». – Т. 21 (60). – 2008. – № 1. – С. 268-276.
- 15.Дмитровський З. Телевізійна журналістика: Навч. посібник. – Вид. 3-тє, доповн. / Захар Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
- 16.Довженко О. В пошуках ідеального ток-шоу [Електронний ресурс] / Олег Довженко // Режим доступу: http://www.mediaport.ua/articles/68542/v_poiskah_idealnogo_tok-shou.
- 17.Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / Володимир Здоровега. – 2-ге вид. – Л.: ПАІС, 2004. – 268 с.
- 18.Іванова О. Вплив телебачення на регіональні телевізійні канали / Олена Іванова. – Ростов н/Д., 2003. – 322 с.
- 19.Коханова Л. Основи теорії журналістики: навчальний посібник / Коханова Л.А., Калмиков О.О. – М.: Видавництво Юніті-Дана, 2009. – 118 с.
- 20.Кошів П. Ток-шоу – це війна / Павло Кошів. – Комсомольская правда – 2007. – № 12. – С. 18-19.
- 21.Кузнецов Г. Телевізійна журналістика: Підручник. Кузнецова. – М., 2002. – 404 с.
- 22.Кузнецов Г. Ток-шоу: невідомий жанр? / Георгій Кузнецов. – Журналіст. – 1998. – №11. – С. 59-64.
- 23.Кремень В. Політологія: наука про політику. За заг. ред. В.Г. Кремень, М.І.Горлач.–Київ-Харків: Єдинорог, 2001. – 34 с.
- 24.Крумлов М. Феномен ток-шоу / Микола Крумлов. – Літературна газета. 2002. – 10 квітня. – 2 с.
- 25.Луков М. Телебачення: телевізійна картина світу / Максим Луков. – М.: Електронний журнал «Знання. Розуміння. Уміння », 2008. – 101 с.

26. Май М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Марія Май; [пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник]; за ред. В. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 286 с.
27. Макаров Ю. Ти не один!: з новітньої історії українського телебачення / Ю. Макаров, О. Герасимюк, С. Чернілевський. – Харків: Фоліо, 2004. – 304 с.
28. Матвеева О. Родзинка програми: як виділитися в епоху інформаційно-розважальних телепередач / Ольга Матвеева. – PR в Росії. – 2006. – №5. – С. 16-17.
29. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / Ірина Мащенко. – Запоріжжя: Дике поле, 2006. – 512 с.
30. Могилевська Є. Ток-шоу як жанр ТБ: походження, різновиди, прийоми маніпулювання / Євгенія Могилевська. – М., 2006. – 314 с.
31. Муратов С. Телевізійне спілкування в кадрі і за кадром / Сергій Муратов. – М.: Видавництво Аспект-Пресс, 2003. – 43 с.
32. Науменко Т. Психологічні методи впливу на масову аудиторію // Питання психології / Тетяна Науменко. – 2003. – 332 с.
33. Недопитанський М. «Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії / Микола Недопитанський – К., 2009. – 144 с.
34. Недопитанський М. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва [Електронний ресурс] / Микола Недопитанський // Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1363>.
35. Островська Н. Суспільно-політичні ток-шоу на телебаченні: спроба наукової класифікації соціальнокомунікаційних технологій / Наталя Островська // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. / за ред. О. М. Холода. – Т. 8. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. – С. 42-45.

- 36.Островська Н. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу [Електронний ресурс] / Наталя Островська // Режим доступу: <http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n13/tv13-39.pdf>.
- 37.Поцелуєв С. Політичні парадіалоги: монографія / Сергій Поцелуєв. – Ростов н / Д: Вид-во ПФУ, 2008. – 392 с.
- 38.Прохоров Е. Введення в теорію журналістики. Навч. посібник. / Прохоров Е., Гуревич С., Ібрагімов А.-Х.-Г. – М.: Вища школа, 2003. – 287 с.
- 39.Прошкін В. Організація телевізійного ток-шоу / Володимир Прошкін. – М., 2006. – 162 с.
- 40.Сергєєв Д. Вони в ефірі. Як робиться телебачення / Дмитро Сергєєв. – М.: Видавництво АСТ, 2008. – 17 с.
- 41.Турок К. Ток-шоу / Кирил Турок. – Наука життя. – 2004. №5. С. 46-48.
- 42.Федорова А. Синдром «Пятниця вечір» у політичних ток-шоу України [Електронний ресурс] / Анна Федорова // Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/825>.
- 43.Федорчук Н.Ток-шоу настає / Назар Федорчук. – Журналіст України. – 2003. №8. С. 52-53.
- 44.Цвік В. Телевізійна журналістика: Історія, теорія, практика / Володимир Цвік. – М., 2004. – 254 с.
- 45.Шерман О. Політичний стереотип: місце у політичному процесі / Олександр Шерман. – Львів: 2008. – 114 с.
- 46.Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник / Андрій Яковець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с.
- 47.Якушин В. Політична система і політичний режим / Україна посткомуністична: суперечності та перспективи соціально-політичного розвитку /Василь Якушин. – Політична думка, 1993. – 198 с.

