

**Островська Н.В.**

(м. Запоріжжя, Україна)

УДК 007 : 304 : 004.9 + 070 + 659.3

## **МЕДІАКРИТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ**

*У статті окреслено специфіку функціонування і форматування політичного ток-шоу в контексті сучасного медіакритичного дискурсу.*

*Ключові слова: політичні ток-шоу, формат, медіакритичний дискурс, маніпуляційні технології.*

*В статье обозначена специфика функционирования и форматирования политических ток-шоу в контексте современного медиакритического дискурса.*

*Ключевые слова: политические ток-шоу, формат, медиакритический дискурс, манипуляционные технологии.*

*The article outlines the specificity of functioning and formatting the political talk shows in the context of contemporary media critical discourse.*

*Keywords: political talk show, format media critical discourse, manipulation technology.*

*Проблема дослідження полягає в необхідності формування культури свідомого медіаспоживання, вироблення навичок критичного ставлення глядача до контенту політичних ток-шоу.*

*Особливості реалізації жанру політичного ток-шоу є предметом вивчення не тільки науковців, а й постійної уваги медіаекспертів і журналістів. Серед основних напрямків інтересів науковців:*

*– становлення і жанрова специфіка політичного ток-шоу (Б. М. Тімберген, Б. Ерлер, Б. Геблер, Е. Толсон, Й. Нойфелд, А. Ельтер, С. Поцелуєв, Д. Бондарев, О. Козлова, Е. Гмизіна, Л. Шутяк, Ю. Голоднікова, О. Довженко та ін.);*

*– суспільне значення політичних ток-шоу (М. Май, О. Віхерт, П. Россол, М. Домке, В. Кулик, О. Прасюк та ін.);*

– роль і особливості роботи ведучого у ток-шоу (А. Биканова, С. Біланчук, А. Федорова, Е. Рубльова, В. Набруско та ін.);

– маніпуляційні технології політичних ток-шоу (Н. Больц, Е. Могилевська, Г. Почепцов, В. Бабенко, І. Поліщук, Д. Бондарев, О. Шерман, Н. Санакоєва, Д. Клімуш, О. Довженко та ін.).

Широким є коло питань, що є предметом розгляду українського публіцистичного і медійного дискурсів: особливості адаптації американського формату на українському телебаченні; функції сучасних політичних ток-шоу; проблеми «пожовтіння» програм; рецепти створення ідеальної програми; можливості й ризики політичних ток-шоу в громадській просвіті; перспективи розвитку формату; особливості редакційної політики; роль журналістів та експертів у програмі; проблема табуованості певних тем і осіб; маніпуляційні технології та способи їх реалізації; дотримання норм професійної журналістської етики при висвітленні окремих тем.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю підвищення рівня медіаосвіти сучасного телеглядача. Адже протидіяти негативному впливу ЗМІ на аудиторію можна, формуючи критичне мислення, вміння відрізняти якісну та правдиву інформацію, виявляти способи впливу та не піддаватись їм. Як зазначає В. Різун, «висока медіакультура суспільства, а значить, і розвинена система постійної медіаосвіти, яка формує медіакритичне ставлення людей до ЗМІ, робить їх медіаграмотними користувачами / споживачами комунікаційних продуктів та послуг, є необхідною умовою існування медіакомунікацій як виду соціальних комунікацій» [12].

*Мета* дослідження – окреслити специфіку функціонування і формування політичного ток-шоу в контексті сучасного медіакритичного дискурсу.

*Хід дослідження.* Практика реалізації формату політичного ток-шоу в різних країнах світу, зокрема, і в Україні засвідчила, що в період зростання політичної активності ток-шоу виконують важливі соціальні функції, використовуючи наступний жанровий потенціал:

- можливість обговорювати суспільні проблеми в прямому ефірі;
- зіткнення різних думок включає аудиторію в процес дослідження, активізуючи інтелектуальну діяльність, сприяючи подоланню пасивності, характерної для сприйняття готових постулатів [3, с. 140];
- люди вчаться чути один одного [10];
- програми формують почуття безпосередньої причетності до подій, які відбуваються в суспільстві, що в свою чергу, спонукає до участі в політичному житті [1, с. 57];
- відкриття публічної політики дозволяє побачити справжній рівень політиків, що може стати значним електоральним чинником [4].

За задумом більшість політичних ток-шоу повинні розвивати ідею стимулювання телебаченням процесу створення громадянського суспільства, тобто щоб програми стали майданчиками для дискусії, на яких різні політичні сили могли б обговорювати найважливіші суспільні проблеми і пропонувати ефективні способи їх вирішення. У пошуку раціонального шляху вирішення значної кількості проблем цей формат здатний консолідувати суспільство. Показовим є приклад, коли пропозиції експертів щодо пошуку шляхів виходу з кризи 2008 року, що пролунали в ефірі німецьких ток-шоу, почали озвучувати перші особи країни.

Про більш критичне сприйняття політичних ток-шоу на українському телебаченні свідчать характеристики, надані журналістами та медіаекспертами: «наркотик для політиків», «політичний цирк», «інструмент імітації свободи слова», «контрольована ілюзія демократії», «рекламні майданчики», «кабаре в ефірі», «дог-шоу», «телевізійна демократія». У Німеччині велика кількість програм цього жанру і дублювання контенту в них спричинили заміну попередньо поширеної назви «формат прайм-тайму» метафорою «інфляційний формат».

Узагальнивши погляди зарубіжних (Б. Геблера, А. Ельтера та ін.) і вітчизняних (Г. Почепцова, О. Довженка та ін.) дослідників, зауважимо, що критика формату політичного ток-шоу стосується здебільшого таких аспектів:

- персоналізація (в центрі уваги люди замість тем);
- об'єднання розваг і політики (політейнмент і таблоїдизації реальної політичної теми);
- використання програм як інструмента маніпуляції (із агітаційно-пропагандистською метою, у власних піар-інтересах та ін.);
- обмежене коло політиків (невелика група ораторів визначає суспільний імідж);
- орієнтація на рейтинг при виборі тем;
- запрошення знаних гостей без політичного приводу;
- проблема табуованості певних тем і осіб;
- використання формату як інструменту символічної політики (наголошується на постановочному характері політики, драматизації, театральності, ритуалізації, візуалізації, персоналізації як ключових формах символічної політики);
- зменшення ролі аудиторії.

Психологи постійний перегляд програм цього жанру відносять до політичної залежності, однієї з поширених форм залежної поведінки [2]. Вплив дискусійних програм вчені пов'язують з особливостями інтерактивних форм впливу, які створюють ілюзію повноцінного міжособистісного діалогу, що знімає комунікативні бар'єри. Як підкреслює О. Шерман, під час цього «діалогу» чужі думки й настанови непомітно стають частиною внутрішнього світу телеглядача, тоді як його думка до учасників і організаторів програм «не доходить» [13]. Актуалізує ток-шоу й таку проблему сучасної культури, як феномен «швидкодумів». Адже неортодоксальна думка потребує часу на свій розвиток, на обґрунтування, тому телебачення надає перевагу «швидкодумам», які пропонують «готові ідеї», заздалегідь зрозумілі масам [8].

Г. Почепцов вплив телевізійних політичних ток-шоу пов'язує з подачею новинного матеріалу в м'якому вигляді. При цьому передачі можуть виконувати такі функції: формувати порядок денний, тобто або вводити теми, або забирати їх з поля зору масової свідомості; вводити і утримувати потрібну

версію події; готувати масову свідомість до нового порядку денного; вводити нових політичних лідерів; кристалізувати думку телеглядачів, коли відбувається збіг індивідуальної думки з тим, що перемагає на екрані [11].

Соціальну роль політичних ток-шоу пов'язують насамперед з функціями формату. З одного боку, телевізійні ток-шоу виконують функцію своєрідного клапана, через який випускається невдоволення, є ефективним засобом переведення протестних настроїв у пасивний, споглядальний режим [9]. З іншого – відволікають глядачів від справжнього життя, реалізуючи тим самим одну з основних функцій масової культури – ескапізму, втечі від реальності. Разом з тим стабільний набір «акторів», передбачуваність їх поведінки й реакцій створює ефект перегляду телесеріалу.

Для більш глибокого і критичного сприйняття програм цього формату телеглядач може скористатися своєрідною аналітичною моделлю, запропонованою членами американської Національної асоціації освіти медіаграмотності (National Association for Media Literacy Education (NAMLE)): «Хто створив повідомлення?», «Які техніки використані, щоб привернути мою увагу?», «Які цінності, стиль життя і точки зору представлені повідомленням?», «Чому це повідомлення було відправлено?», «Як інші люди можуть зрозуміти це повідомлення на відміну від мене?» [5, с. 45–46].

Пропонуємо при перегляді політичних ток-шоу звернути увагу на такі аспекти:

- хто є головними дійовими особами (як пов'язаний головний ньюзмейкер з подією, якій присвячена програма, чи темою передачі);
- чи дотримано принципів паритетного представництва провідних політичних сил;
- компетентність учасників, експертів і журналістів саме в темі, що розглядається;
- у передвиборчий період чи розкриваються варіанти вибору, який стоїть перед суспільством;

– у який спосіб організовується комунікація з представниками влади: діалог із сильними опонентами або надання можливості виступу в режимі монологу або інтерв'ю, право ставити запитання в якому має ведучий і / або певне коло журналістів;

– яка роль відводиться експертам, журналістам і глядачам;

– рівень конструктивності дискусії: спрямованість результату обговорення на вирішення проблем чи пошук винного в них;

– представлення соціальнокомунікаційних технологій. Учені та медіаексперти говорять про значну кількість різновидів, застосовуваних в українських телевізійних політичних ток-шоу. Це шоу-технології, технологія інформаційного охоплення, технології соціальних зв'язків (паблік рилейшнз), політичний брендинг, технологія нейролінгвістичного програмування (техніка «чорна риторика»), технології формування іміджу (іміджбїлдінг і трешімїдж), технології виправлення інформації та інформаційних війн. Використання окремих різновидів проаналізовано нами в попередньому дослідженні [7, с. 42–45]. Найбільш представленою в цьому форматі, на думку як науковців (І. Полїщук, С. Демченко, Д. Видрін та ін.), так і фахівців-практиків (О. Довженко, С. Щербина та ін.), є технологія інформаційного охоплення (пропаганда). Значний перелїк прийомів цієї технології охарактеризовано у «Монїторингу політичної пропаганди та манїпулятивних технологїй у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-полїтичних програм та політичних ток-шоу», здїйснюваному громадською організацією «Телекритика» [6].

Таким чином, особливої актуальності в останні роки набуло питання якості політичних ток-шоу як медіапродукту. У науковому й медіакритичному середовищі акцентується увага на поступовій зміні місїї концепцій програм, активному використанні манїпулятивних можливостей формату політичного ток-шоу як авторськими колективами, так і учасниками програм. Свідомому медїаспоживанню сприятиме врахування глядачем соціокультурного і політичного контексту функціонування ЗМІ в сучасному світі, усвідомлення цілей творців програм, презентованих цїнностей, наслідків впливу на психїку.

*Перспективи дослідження:* ознайомити телеглядачів з особливостями використання в політичних ток-шоу окремих видів соціальнокомунікаційних технологій.

### **Список використаних джерел**

1. Больц Н. Азбука медиа / Норберт Больц. – М. : Издательство «Европа», 2011. – 136 с.
2. Гаташ В. Політреклама – «цвяхи» для психіки / В. Гаташ // Дзеркало тижня. – 2007. – 22 вересня.
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручн. / В. Здоровега. – Л. : ПАІС, 2004. – 320 с.
4. Лигачева Н. Терминатор. О роли Савика Шустера в истории украинского телевидения [Електронний ресурс] / Н. Лигачева // Телекритика. – 2007. – 06. – 11. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/nl/2007-06-11/9031> (дата звернення до сторінки – 23.08.2010).
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська – К. : АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
6. Моніторинг політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-continent/monitoring/politprogram/> (дата звернення до сторінки – 23.08.2012).
7. Островська Н. В. Суспільно-політичні ток-шоу на телебаченні: спроба наукової класифікації соціальнокомунікаційних технологій / Н. В. Островська // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. – Т. 8. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2012. – С. 42–45.
8. Победоносцева І. Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму 2005 року : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. наук : спец. 17.00.04 / І. Є. Победоносцева. – К., 2005. – 20 с.

9. Політичні ток-шоу вже формують фейк-кандидатів для виборів? [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2013. – 03. – 29. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/16781> (дата звернення до сторінки – 17.05.2013).
10. Портников В. Политические телевизионные шоу [Електронний ресурс] / В. Портников // Радио свобода. – 2007. – 11. – 19. – Режим доступу : <http://www.svoboda.org/content/transcript/422082.html> (дата звернення до сторінки – 27.02.2012).
11. Почепцов Г. Маніпулятивний потенціал політичних ток-шоу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Телекритика. – 2011. – 04. – 08. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2124> (дата звернення до сторінки – 26.02.2013).
12. Різун В. В. До постановки наукової проблеми про особливий статус медіакommунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики : [сайт] / – Електронні дані. – К., 2012. – Режим доступу : [http://journalib.univ.kiev.ua/Do\\_postanovky\\_problemy.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf) (дата звернення до статті – 12.01.2014).
13. Шерман О. Телебачення як засіб створення політичних стереотипів [Електронний ресурс] / О. Шерман // Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. – Випуск 14. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=24&c=628> (дата звернення до сторінки – 20.02.2013).