

Островська Н. В.

(м. Запоріжжя, Україна)

УДК 007 : 304 : 004.9 + 070 + 659.3

ТЕЛЕВІЗІЙНЕ ПОЛІТИЧНЕ ТОК-ШОУ: СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗВАЖАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ

У статті узагальнено способи використання інфотейнменту в інформаційному мовленні. Досліджено тенденції звернення до інфотейнменту в політичних ток-шоу на національних телеканалах; описано прийоми інфотейнменту на змістовому, структурному, фоновому, лексико-семантичному та паралінгвістичному рівнях.

Ключові слова: інфотейнмент, політичні ток-шоу, формат, жанр.

В статье обобщены способы использования инфотейнмента в информационном вещании. Исследованы тенденции обращения к инфотейнменту в политических ток-шоу на национальных телеканалах; описаны приемы инфотейнмента на содержательном, структурном, фоновом, лексико-семантическом и паралингвистическом уровнях.

Ключевые слова: инфотейнмент, политические ток-шоу, формат, жанр.

The article summarizes ways of infotainment use in information broadcast. The tendencies for infotainment application in political talk shows on national TV are researched; it describes infotainment devices on informative, structural, background, lexical-semantic and paralinguistic levels.

Keywords: infotainment, political talk show, format, genre.

Проблема дослідження полягає в необхідності вивчення сучасних тенденцій представлення інформації в політичних ток-шоу.

Політичні телевізійні ток-шоу є предметом постійної уваги як зарубіжних (Н. Больц, Б. Геблер, Е. Толсон, Й. Нойфелд, А. Ельтер, Д. Бондарев, Е. Гмизіна, О. Козлова, С. Поцелуєв та ін.), так і вітчизняних дослідників (Ю. Голоднікова, О. Довженко, Д. Клімуш, І. Поліщук, О. Порфімович, Г. Почепцов, Н. Санакоєва, О. Шерман та ін.).

Історія політичних ток-шоу на телебаченні засвідчила активний пошук авторськими колективами нестандартних форм і оригінальних способів подачі

інформації. Загальною тенденцією розвитку формату політичних ток-шоу Н. Больц [1], А. Шоріна [12], І. Покулита, О. Козубенко [9] визначають домінанту розважальної складової над інформаційною. Визначаючи характеристики формату сучасного політичного ток-шоу, науковці наголошують на значній ролі у структурі жанру універсального компонента інфотейнменту (infotainment, від англ. information і entertainment).

Зокрема, російський політолог С. Поцелуєв називає політичні ток-шоу ідеальним типом інфотейнменту, що комбінує функції просвіти і розваги [10, с. 277], німецький дослідник медіа Б. Геблер вважає, що сучасні програми цього жанру відтворюють модель, що представляє собою відхід від реальної політики і спрямованість на розваги [13].

Вбачаємо потребу в здійсненні аналізу цього феномену в площині українських телевізійних реалій, оскільки актуальними залишаються питання доцільності звернення до інфотейнменту під час розгляду політичних питань, розкритті суті актуальних політичних подій.

Метою нашої розвідки є дослідження особливостей функціонування складових інфотейнменту в форматі політичного ток-шоу на загальнонаціональних каналах.

На сьогодні немає єдиного підходу до визначення інфотейнменту. У цілому в наукових роботах поняття сприймається як в широкому, так і у вузькому сенсі. У журналістикознавстві прийнято більш вузьке значення поняття – саме розважальний стиль представлення інформації в новинних матеріалах. Крім того, наявні підходи дослідження інфотейнменту як формату (А. Качкаєва, А. Філіппова) і жанру (Н. Симоніна). Натомість філософи, соціологи і політологи здебільшого використовують термін «інфотейнмент» у більш широкому значенні як «принцип подання будь-якої інформації в ЗМІ, що проходить через усі жанри, стилі й канали, відмінною рисою якого є стирання меж між інформуванням і розважанням медійної публіки» [10, с. 240].

Констатуємо відсутність спільної думки стосовно ролі інфотейнменту в ефірі сучасних телевізійних телеканалів як у науковому, так і професійному середовищі.

На користь використання інфотейнменту висуваються як когнітивні аргументи (сприяють розвитку творчого і самостійного мислення), так і соціально-психологічні (є реакцією на втому суспільства від серйозної інформації, на масовий ескапізм як прагнення втекти від стресів і проблем, як політичне і соціальне відчуження, що породжує в людині почуття безсилля і безглуздості по відношенню до світу). Поширеною також є думка, що «через взаємопроникнення обох сфер політичний зміст може проникати саме в ті кола населення, які б інакше ніколи не переймалися питаннями загального громадського інтересу» [6, с. 188].

Негативне сприйняття сучасні дослідники мас-медіа (О. Вартанова, М. Голядкін, Н. Зражевська, А. Соловйов) пов'язують з наслідками поширення інфотейнменту. Серед них таблоїдизація друкованих видань під впливом його телевізійного різновиду; спрощене, легке відображення політики, що підриває довіру до теленовин, заважає громадянам формувати цілісну картину політичних явищ і подій; намагання приховати відсутність справжнього інформативного контенту за рахунок позажанрових форм. Учені наголошують на необхідності пам'ятати про той вплив, який чинять інформаційні повідомлення на масову аудиторію і про власну відповідальність перед мільйонами людей.

Узагальнимо описані дослідниками (В. Зверева, М. Зорков, М. Макущенко, С. Поцелуєв, Ю. Снурнікова [4; 5; 7; 10; 11]) способи використання інфотейнменту в інформаційному мовленні. Це, зокрема, орієнтація програми на видовищність, нестандартний підхід у висвітленні подій і явищ, змішування документального з ігровим, висвітлення високої політики через зображення життя «звичайних» людей. Характерною є техніка подачі відеоматеріалу: лаконічність; фрагментарність подання інформації (весь наратив постійно розбивається на дрібні частини, з'єднані швами монтажу),

подрібнення стосується і способу організації картинки (і глядацького погляду), і побудови сюжетів; нетривіальний (двозначний) монтаж, усередині програми за принципом несумісності: упереміш стикаються матеріали на соціальну, політичну, культурну тематику тощо, швидка зміна образів, незв'язність кадрів відеотексту, змішання реальних і симулятивних (фіктивних) елементів; акцентування уваги на незвичайних героях, неочікуваних ракурсах, нетипових деталях події.

Більш значущою у такому форматі є роль слова, тому активно використовуються лексико-семантичні та стилістичні засоби. Головною умовою, як наголошують Е. Бурдіна, М. Зорков, В. Олешко, є те, що їхнє застосування повинно створювати ситуацію вільного, невимушеного спілкування журналіста з аудиторією [2; 5; 8].

Стосовно жанру політичного ток-шоу, як зауважує С. Поцелуєв, такі прийоми посилюються інсценуванням і обігруванням формату дуелі, парламентських дебатів, очної ставки тощо. Це передбачає швидку зміну ракурсу зйомки (дуелянти – судді – гості в студії – знову дуелянти і т. д.), заохочує множення джерел візуальності. Також задає темп і ритм мовлення учасників шоу: мова теж повинна перескакувати, міняти тему, ракурс, позицію, тональність тощо [10, с. 243].

П. Бурдьє тенденцію замінювати серйозну дискусію розвагами пояснює необхідністю розважати у що б не стало і побоюванням здатися нудним: «Страх здатися нудними змушує їх віддавати перевагу сутичкам над дебатами, полеміці над діалектикою, і робити акцент на конфронтацію між особистостями (наприклад, політиками), а не між їхніми аргументами, тобто тим, через що власне і організуються дебати: дефіцит бюджету, зниження податків або зовнішній борг» [3]. Використання таких прийомів дійсно дозволяє уникнути «нудних» міркувань, проте часто зосереджують увагу саме на ігровому моменті, що може призвести до переважання форми над змістом.

Результати спостереження за політичними ток-шоу на національних телеканалах засвідчили, що прийоми інфотейнменту використовувалися на

змістовому, структурному, фоновому, лексико-семантичному та паралінгвістичному рівнях.

Змістовий рівень передбачає стратегії відбору тем, їхню розстановку в програмі випуску, спосіб трактування подій, надання інформації. Наприклад, у передвиборчий період умови для конфліктного характеру дискусії у політичних ток-шоу здебільшого створюються через вибір конфліктних тем програми, використання провокативних відеоматеріалів, стратегію поведінки ведучого.

В окремих ток-шоу реалізовувався через метафорично-образну трактовку подій, «уречевлення» повідомлення, візуалізацію проблеми. Наприклад, у програмі «Велика політика» з цією метою активно використовувались як відеоматеріали (сюжети, репортажі, слайди, інфографіка, відеоцитати), так і різноманітна наочність (кубометр, на різних боках якого позначена ціна за кубічний метр газу для різни країн, вгорі – формула, яка є справедливою, на думку президента (ефір програми від 9 вересня 2011 р.); макет Софії Київської (наданий музеєм Софії Київської) для ілюстрації теми «святкування тисячоліття головної української святині Софії Київської» (ефір програми від 23 вересня 2011 р.); оформлення студії на честь Дня свободи 2011 р.: апельсини із шприцами на столі і роялі в студії, елементи огорожі, прикрашені помаранчевими стрічками і жовтими квітами, намет у студії, прикрашений прапорцем і квітами, біля нього з обох боків 2 пари валянок, у одну з яких встановлені букетик квітів і прапорець, біля намету – великий помаранчевий прапор (ефір програми від 25 листопада 2011 р.). Прикладом способу анонсування тем з елементами інфотейнменту є дії ведучого «Великої політики з Євгенієм Кисельовим» від 23 вересня 2011 р. – анонс однієї з тем випуску (день відмови від автомобіля) ведучим: Євгеній Кисельов під музичний супровід в'їжджає в студію на велосипеді, анонсує тему під мелодію пісні «Автомобили, автомобили, буквально все заповнили».

Акцентуація на розвазі спостерігається в різних за форматом політичних ток-шоу. Посилити прийоми інфотейнменту на цьому рівні дозволяє рамка подання інформації (формат дуелі, дискусійного рингу, теледебатів тощо).

Наприклад, у політичному ток-шоу «Свобода на “Інтері”» (2008–2009) глядачі були свідками обговорення гострих суспільно-політичних питань без посередництва ведучого-журналіста. Кожний випуск програми у ролі ведучого пробували себе найбільш публічні українські політики.

Фрагментарність як типовий спосіб подання інформації у програмах в стилі «інфотейнмент» виявлялась через запрошення великої кількості учасників, збільшення кількості відеосюжетів, кількості прямих включень, часте переривання на рекламу. Наприклад, велика кількість відеосюжетів у програмі «Велика політика з Євгенієм Кисельовим», використання усередині сюжетів техніки кліпу. Також з метою фрагментації інформації використовуються прямі включення. Зокрема, 13.05.2014 у ток-шоу «Свобода слова» упродовж ефіру було 4 прямих включення: Г. Кернеса (Ізраїль), В. Чистюхіна (Донецьк), П. Канюгін (Москва), Ю. Гранатуров (Миколаєв).

Структурний рівень об'єднує прийоми, що забезпечують специфічну побудову сюжету програми, а також використання асоціативного монтажу, графіки, використання під час монтажу архівного відео, кадрів з фільмів і телепрограм, оперативних зйомок, що забезпечують легкість сприйняття, розуміння інформації. Зокрема, у програмі «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» («Інтер», 26 жовтня 2012 р.) напередодні парламентських виборів робилися музичні паузи після виступу кожного політика, ток-шоу «Шустер live» закінчувалося художнім номером перед президентськими виборами 2010 року. Спектр розваг був досить різноманітним: за дев'ять випусків співали (С. Лобода, Руслана, Лама, Н. Валевська, Д. Хворостовський, гурт «Горгішелі»), грали на саксофоні, фортепіано, танцювали танець живота, показували номер з художньої гімнастики, нагороджували переможницю конкурсу краси «Міс спорт України – 2009», святкували отримання українськими містами права проводити футбольний чемпіонат (ведуча рубрики з попередніх випусків ток-шоу «Хочу Євро» В. Фролова пригощала шампанським усіх учасників програми). Одним із засобів структурного рівня є рубрикація – наприклад, рубрики «Хвилинка люті від Сергія Пояркова» («Велика політика з Євгенієм

Кисельовим», «Інтер», ефір від 9 вересня 2011 р.), «Хочу Обаму» перед президентськими виборами в США («Шустер live», ТРК «Україна», жовтень–листопад 2008 р.). На цьому рівні з метою розваги використовуються також ігрові елементи. Наприклад, гра «Що в чорному ящику?», влаштована Євгенієм Кисельовим в ефірі програми від 26.08.2011, присвяченої 20-річчю незалежності України. Гостям пропонувалося вгадати, які предмети за 20 років з'явилися, а які вже зникли. Учасники з дитячим ентузіазмом викрикували: «Пейджер, кравчучка, купони, мобільний телефон!». Елементи інфотейнменту в політичних ток-шоу також використовуються для оформлення способу голосування аудиторії (ліхтарики в студії ток-шоу «Майдан. Точка відліку» (ТРК «Україна»); фіксування електронними указками лазерних цяток на піктограмі, яку обрали глядачі «Черное зеркало» («Інтер»). Зокрема, в ефірі ток-шоу від 16 травня 2014 р. варіанти відповідей на запитання «Що нам робити зі сходом?» дизайнери виготовили у вигляді піктограм. «Продовжити АТО» символізувала граната, «сісти за стіл переговорів» - рукостискання, «дати можливість виїхати до Росії» - зображення валізи, а «можливість відділитися від України» – карта із зафарбованою в червоне частиною країни.

Фоновий рівень містить прийоми організації події, створення атмосфери сприйняття інформації за рахунок візуального оформлення студії. Наприклад, проекту «5x5» у формі рингу для боїв без правил у заводському цеху (під час програми було видно зварювання й інші робочі процеси) напередодні парламентських виборів 1998 р. на «1+1»; подіуму студії ток-шоу «5 копійок» («5 канал», 2005–2010) стилізований під 5-копійчану монету; студії ток-шоу «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» у формі боксерського рингу напередодні парламентських виборів 2012 р.; театрального оформлення студії ток-шоу «Черное зеркало» («Інтер») та «Право на владу» («1+1»); зміни в оформленні останньої студії «Шустер live» (Перший Національний), що полягали у прибиранні всього зайвого – залишили «голі» бетонні стіни й металічні конструкції; за задумом реконструкторів студія повинна бути

каталізатором дискусії, впливати на драматургію ток-шоу, оскільки фактура максимально оголеного бетону є синонімом «голої правди», «брутальної оголеності».

Лексико-семантичний рівень об'єднує прийоми використання лексичних одиниць і стилістичних прийомів телеведучими, журналістами і учасниками програм. Наприклад, в ефірі програми від 22 січня 2010 р. Савік Шустер використовував іронію як один із засобів вказування на безглуздість висловлюваного: «Подивіться, якщо я сьогодні попрошу англійську королеву вийти за мене заміж, це не означає, що я король. Ну це правда» (реакція на виступ Катеринчука, коли він говорить про те, що команда Ю. Тимошенко визначилась, що прем'єром має бути С. Тігіпко). Крім того, іронія може бути основною складовою стратегії поведінки ведучого, зокрема, Романа Чайки у своєрідному іронічно-саркастичному політичному ток-шоу «П'ять копійок» («5 канал», 2005–2010).

Паралінгвістичний рівень об'єднує прийоми використання міміки, жестів ведучого, учасників, а також акцентів їх інтонації, гучності, тембру мовлення тощо. Закцентувати увагу на використанні прийомів на цьому рівні допомагають особливості режисури телеоператорів. Особливо цікавою є демонстрація неспівпадіння між тим, що говориться, та тим, що показується. Якщо, наприклад, політик вербально виражає велику самовпевненість, а мова його тіла виявляє сильну непевність, то камера може вловити таку розбіжність. За нашими спостереженнями, у політичному ток-шоу «Свобода слова» (ICTV) промовця показують переважно у вигідному ракурсі (верхня третина, на рівні очей), інколи показують загальні плани і реакцію особи, що поставила запитання. Більша увага на реакції іншої особи фіксується у випадку суперечок, конфліктних ситуацій. Натомість у програмі «Шустер live» (Перший Національний) загальна стратегія режисури камер полягала в фіксації реакції на промову, здебільшого реакції опонентів або тієї особи, що поставила запитання. Часте переключення ракурсів дозволяло швидко зафіксувати будь-які реакції на виступ. Іронічна посмішка опонента чи зміни в міміці одразу вловлювались,

значна увага відводилась спостереженням за реакцією більш емоційних учасників. Показ загальних планів, коли видно зображення на екранах студії, і учасників, що сидять поруч, дозволяло демонструвати реакцію на промову одночасно з її трансляцією. У такий спосіб демонстрація реакції опонента викликала емоцію, прив'язану до візуалізації, що може спричинити інакше сприйняття змісту виступу.

Використання інфотейнменту на різних рівнях також сприяє все більшій інтеграції пізнавальних та розважальних форматів і на такій підставі виникненню нових жанрових форм і різновидів політичних ток-шоу. Наприклад, програма «The Daily Show» («Comedy Central») з Джоном Стюартом – гібридна суміш комедії, новини та політичної бесіди; «Rockpolitik» – скандальне політичне ток-шоу італійського співака й кіноактора Адріано Челентано («Rai Uno», 2005) – за жанром – авторське музично-політичне ток-шоу.

Отже, відсутність єдиного підходу до визначення терміна, головних завдань програм у стилі «інфотейнмент» викликає дискусії про соціальну відповідальність телебачення, професійну етику журналістів, межі жанрів на телебаченні. Включення елементів розваг у політичні та інформаційні програми виправдовується за умови сприяння пробудження інтересу людей, що розчарувалися в політиці. Загальне несприйняття розважальності, пов'язаної з подачею політичної інформації, здебільшого пов'язується з наслідками поширення інфотейнменту.

Дослідивши способи вияву інфотейнменту в політичних ток-шоу на національних телеканалах, відзначаємо наявність значної кількості прийомів, що використовуються на змістовому, структурному, фоновому, лексико-семантичному та паралінгвістичному рівнях. Захоплення елементами розваг в українських програмах, на нашу думку, пояснюється прагненням зробити якомога більш видовищний і технологічний продукт, і часто є прикладом саме домінування форми над змістом.

Перспективним напрямком подальших досліджень є з'ясування специфіки застосування соціальнокомунікаційних технологій у політичних телевізійних ток-шоу.

Список використаних джерел

1. Больц Н. Азбука медиа / Н. Больц. – М. : Издательство «Европа», 2011. – 136 с.
2. Бурдіна Е. О. Лінгвістичні прийоми протиставлення у форматі інфотейнмента (на прикладі циклу документальних телепередач Л. Парфьонова «Намедни» // Вісник Харківського університету ім. В. Н. Каразіна. – Серія : Соціальні комунікації. – № 968. – Випуск 3. – С. 38–41.
3. Бурдьє П. Послесловие. Журналистика и политика [Электронный ресурс] / П. Бурдьє. – Режим доступа : <http://bourdieu.name/content/bourdieu-journalistika-i-politika>
4. Зверева В. «Infotainment» на российском телевидении [Электронный ресурс] / В. Зверева. – Режим доступа : <http://culturca.narod.ru/INFO.htm> (дата звернення до сторінки – 10.09.2014).
5. Зорков Н. Н. Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] / Н. Н. Зорков // RELGA. – 2005. – № 19 [121]. – Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>
6. Май М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / М. Май. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 286 с.
7. Макущенко М. О. Тенденції розвитку формату інфотейнмент в ефірі українських телеканалів // Держава та регіони. Сер.: Соціальні комунікації. – 2011. – Вип. 2. – С. 67–71.
8. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество : учеб. пособие [Электронный ресурс] / В. Ф. Олешко. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 221 с.
9. Покулита І. Роль розважального змісту шоу-індустрії в інформаційному векторі культурних трансформацій сьогодення / І. Покулита, О. Козубенко //

Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірн. наук. пр. – 2011. – № 3. – С. 45–49.

10. Поцелуев С. Политические парадигмы / С. Поцелуев. – Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.

11. Снурнікова Ю. М. Новини з перцем та бульбашками: інфотейнмент на сучасному українському інформаційному телебаченні / Ю. М. Снурнікова // Вісник Харківської державної академії культури. – 2011. – Вип. 33. – С. 211–220.

12. Шоріна А. Авторське телебачення: жанрові форми та різновиди : автореф. дис. ... канд. наук : 27.00.04 / А. Шоріна. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2008. – 17 с.

13. Gäbler B. ... und unseren täglichen Talk gib uns heute!“ Inszenierungsstrategien, redaktionelle Dramaturgien und Rolle der TV-Polit-Talkshows Herausgeber [Elektronische Ressource] / Bernd Gäbler. – Frankfurt/Main : Otto Brenner Stiftung, 2011. – 149 s. – Regime des Eingangs : http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/2011_08_15_AH68_Talkshow_web.pdf (дата звернення: – 17.07.2014).