

Жанр ток-шоу у сучасному медіакультурному просторі: філософсько-культурологічний аналіз

У статті проаналізовано особливості розважального контенту на українському телебаченні. Особливу увагу приділено жанру ток-шоу - проаналізовано видові особливості цього жанру та причини, які приваблюють телеглядачів до перегляду телепрограм такого формату; визначено необхідні елементи різних видів ток-шоу; звернено увагу на типи впливу ток-шоу на свідомість телеглядачів; охарактеризовано природу політичних ток-шоу та визначено їх роль в українському медіапросторі. Розважальні програми на українському телебаченні користуються значною популярністю. Інтерес суспільства до цього контенту призводить до виготовлення якісних та неякісних шоу-програм. Значний відрізок ефірного часу відводиться ток-шоу. Розрізняють різні види ток-шоу: соціальні, політичні, кулінарні та ін. Вивчення ток-шоу контенту є важливим, оскільки воно стає невід'ємною частиною суспільної комунікації, торкається проблем населення, впливає на формування думки, настроїв, цінностей та стереотипів.

Ключові слова: ток-шоу, розважальні програми, політичні шоу, види ток-шоу.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розважальний контент в українському телебаченні займає одне з основних місць. Населення дедалі частіше піддається маніпулятивному впливу зі сторони телебачення. Зростаюча популярність ток-шоу призводить до виготовлення якісних та неякісних програм цього жанру. Тому необхідно проаналізувати вміст сучасних ток-шоу на українському телебаченні та виявити їх маніпулятивний характер.

Сучасний ефірний час українського телебачення заповнений контентом різних телепрограм. Серед них значне місце займають розважальні програми, перегляду яких надає перевагу населення. Кожна телепрограма має у своїй основі певний маніпулятивний аспект, який потрібно виявити.

Аналіз досліджень проблеми. Дослідженню розважального телебачення присвячені праці С. Акіньєва, який аналізує жанрові особливості розважального телебачення; О. Невмержицької, яка визначає вплив розважального телебачення на людину.

Досліджують жанр ток-шоу Г. Кузнецов («Ток-шоу: невідомий жанр»), Г.Пташек («Ток-шоу, щирість на екрані»), Н. Вакурова, Л. Московкін («Типологія жанрів сучасної екранної продукції»). З. Гілецька, Ю. Муленко та Ю. Щербина розглядають особливості ток-шоу на українському телебаченні.

Активно досліджують суспільне значення політичних ток-шоу, О. Віхерт, М. Домке, С. Кеттінг, В. Кулик М. Май П. Россол, К. Свенсон, , О. Прасюк; становлення і жанрову специфіку політичних ток-шоу вивчають Б.М.Тімберг, Б.Ерлер, С. Лівнінґстоун, Б. Геблер, Е. Толсон, Г. Почепцов, В.Бабенко, І. Поліщук, Д. Бондарев, Е. Шерман, Н. Санакоева, Д. Клімуш, М.Михайлова.

Мета статті: виявити сутність та особливості жанру ток-шоу у сучасному медіакультурному просторі.

Виклад основного матеріалу. Розвиток, удосконалення та поширення засобів масової інформації зумовили формування нової світоглядної картини суспільства. Телебачення – це той потужний засіб комунікації, який сьогодні найбільше впливає на зміну свідомості населення.

Нині на українському телебаченні існує велика кількість різних телепрограм. Все частіше сучасна людина надає перевагу спогляданню різного розважального контенту. Попит на такий медіапродукт призводить до потреби у його створенні. Він удосконалюється, оновлюється, змінюються формати, і все для того, аби привернути увагу глядача.

Як зазначає С. Акіньєв, «розважальна телепрограма – це телепрограма, що є формою і способом проведення дозвілля, розрахована на емоційну реакцію аудиторії, пов'язану з отриманням задоволення, насолоди, емоційного комфорту і релаксації» [1].

Вчений говорить про те, що програму можна назвати розважальною, якщо вона задовільняє хоча б декілька таких глядацьких потреб:

- 1) отримання задоволення, позитивних емоцій;
- 2) зняття напруги (рекреація та релаксація), редукція тривоги;

- 3) відхід від реальності (ескапізм);
- 4) азарт;
- 5) емоційне осмислення комічного (гумор) [1].

Отже, наведені вище ознаки є необхідними при визначенні розважальних програм.

Дещо відрізняється думка О. Невмержицької щодо трактування розважального контенту. Вона їх визначає так: «розважальні програми впливають на свідомість та підсвідомість споживача, транслюючи певні групи цінностей, при цьому форма подачі інформації характеризується видовищністю, спрощеним змістом, що дозволяє засвоювати пропаговані цінності непомітно та ненав'язливо. Вони виконують інформаційно-пізнавальну, комунікативну, виховну та рекреативну функції. Автори цих програм здебільшого звертають увагу на останню з перерахованих функцій, нехтуючи виховною» [6].

У свою чергу розважальні програми поділяються на суто-розважальні та пізнавально-розважальні.

До перших відносимо: реаліті-шоу, розважальні шоу-видовища, світські хроніки (програми про моду та модне життя), музичні програми, ігрові розважальні програми (інтерактивні ігри), кулінарні шоу, гумористичні програми, програми-перевтілення.

Пізнавально-розважальні програми: ток-шоу, інтелектуально-розважальні та програми інфортеймент [7].

Серед розважальних програм на українському телебаченні можна назвати такі: «Інспектор. Міста» – реаліті шоу, «Сніданок з 1+1» – ранкове шоу, «Світ навиворіт» – реаліті шоу, «Голос країни» – талант шоу, «Міняю жінку» – реаліті шоу, «Модель XL» – реаліті шоу, «Право на владу» – політичне ток-шоу, «Король десертів» – реаліті шоу, «Гроші» – політичне ток-шоу, «Імо за 100» – кулінарне шоу, «Стосується кожного» – ток-шоу, «Говорить Україна» – ток-шоу, «Чорне дзеркало» – ток-шоу та ін.

Нове втілення програми «Ревізор» у вигляді «Новий інспектор Фреймут» на телеканалі «1+1» збирає біля екранів цілу армію прихильників. Сприяє цьому новизна шоу, адже раніше на українських телеекранах нічого аналогічного не було. Також глядачам цікаво зазирнути на кухні ресторанів та в кімнати готелів рідного міста і зробити висновок, чи варто повертатися до свого улюбленого закладу.

Позитивною тенденцією у програмі є досить м'яке подавання фактів і стримана манера ведучої у розмові з працівниками закладу, в якому відбувається ревізія. Не ображаючи честь та гідність людини, ведуча досить точно і безкомпромісно вказує на недоліки в обслуговуванні чи санітарії закладу. Також важливим є те, що заклад може отримати другий шанс, адже в житті трапляються моменти, коли потрібна друга спроба.

Програма не вчить безкомпромісності, а залишає право на помилку. Дотримання санітарно-гігієнічних норм, яких вимагає ведуча, також повинно позитивно впливати на глядацьку аудиторію, яка може пригадати власні недоліки в даному питанні й виправити їх.

Поширення суспільної моралі в шоу не дуже помітно, але стиль спілкування з учасниками та інтерактив з постійними глядачами, які запрошують ведучу до рідного населеного пункту, допомагають наблизитись до глядача, який може навчитися у ведучої стриманості. Сьогоднішні умови проживання у світі вимагають від усіх вміння йти на компроміси. Таким чином, ведуча поширює потрібне соціальне вміння в масах [3].

Ток-шоу – це розважальна програма розмовного жанру, у якій відбувається контрольоване ведучим обговорення певного питання гостями студії, експертами та фахівцями за можливого залучення аудиторії [8].

Почав формуватися цей жанр наприкінці 60-х років ХХ ст. Його засновник - відомий журналіст Філ Донахью. З того часу жанр ток-шоу пройшов багато трансформацій у своєму розвитку. Однак, і сьогодні характерною рисою для ток-шоу є видовищність.

На телебаченні можна споглядати такі типи ток-шоу:

- 1) розмовні видовища;
- 2) ігрові видовища;
- 3) постановочні шоу.

У свою чергу Н. Вакурова розрізняє такі види ток-шоу:

1. Телеміст – варіант розмовного жанру типу 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. Причому

кожна аудиторія бере участь має свого ведучого і від його особистих даних («харизми») в значній мірі залежить частота включення і успіх подається його аудиторією боку. Фактично телемости з США (Фил Донахью - Володимир Познер) з'явилися чинником остаточного затвердження прямого ефіру на вітчизняному ТБ.

2. Теледебати – варіант розмовного жанру типу ток-шоу чи дискусії, що суміщає елементи інтерв'ю, дискусії і навіть репортажу, який використовує видовищність передвиборної конкуренції кандидатів. Є невід'ємною складовою частиною цивілізованої передвиборчої кампанії: змушує кандидатів конкретизувати, ідентифікувати і персоніфікувати пропоновану програму і дозволяє аудиторії структуруватися по електорату відповідно отриманої інформації.

3. Бесіда – жанр аналітичної публіцистики, діалог або полілог, іноді з використанням допоміжних кіно- або фотодокументів (коротких сюжетів), як правило без вираженої конфронтації сторін (тобто не переходить в дискусію ефективно по Е. Берну спілкування перед екраном). Існує принаймні в двох формах – присвячена конкретній суспільно-значущій темі або за участю людей, поява яких на екрані здатна привернути аудиторію (нюсмейкерів). На сучасному ТБ найчастіше буває включена в ток-шоу.

4. Дискусія – жанр аналітичної публіцистики, зазвичай полілог за участю ведучого і не менше ніж двох носіїв контрастних точок зору на якусь суспільно-значиму проблему, або будь-яких нюсмейкерів, одночасна поява яких в кадрі символізує якусь протигагу. Оскільки дискусія найчастіше транслюється без відеоряду, видовищність залежить від професіоналізму ведучого в виборі учасників, підготовці проблеми, вміння імпровізувати у ході бесіди. Різновидом дискусії є теледебати. На сучасному ТБ найчастіше буває включена в ток-шоу [2].

Необхідними елементами будь-яких ток-шоу є:

- 1) ведучий-рефері (творча група, яка працює над програмою);
- 2) учасник або учасники (опоненти);
- 3) «внутрішній глядач» (глядачі у студії, які теж можуть брати участь в дискусії) [8].

Насамперед, його привабливість зумовлена ілюзією причетності до обговорення актуальної проблеми.

По-друге – телевізійне ток-шоу задовольняє потребу аудиторії в спілкуванні.

По-третє – глядачам імпонує позиція стороннього спостерігача за тією чи іншою життєвою колізією [4].

Ці чинники і визначають популярність ток-шоу серед українського населення.

На нинішньому етапі ток-шоу відносяться до числа найбільш рейтингових передач, тому їх автори зацікавлені в підтримці і збереженні аудиторії. Для досягнення цієї мети часто застосовуються методи маніпулятивного впливу ток-шоу на телеглядачів.

Маніпуляція не зводиться до брехні, хоча в маніпулятивних техніках брехня присутній завжди в тій чи іншій формі. Дія без розуміння – ось ключовий момент, з якого починається будь-яка маніпуляція. Переконання, навпаки, засноване на наданні людині повної і достовірної інформації. Особистість, в цьому випадку, робить свій вибір гранично усвідомлено, прекрасно розуміючи, про що йде мова.

Успіх маніпуляції гарантований, коли маніпульований вірить, що все, що відбувається природно і неминуче. Для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися.

Типи впливу, виділені колективом авторів на чолі з Л. В. Матвєєвої при вивченні телевізійної комунікації:

Вторгнення – тип активного впливу на глядача без урахування того, наскільки він готовий до сприйняття інформації. Даний тип впливу характерний для ситуації відсутності інформації про характер і установках аудиторії.

Догляд – тип впливу, що характеризується взаємною відчуженістю комунікатора і аудиторії: глядач не намагається зрозуміти автора передачі, який в свою чергу не поспішає проникнути в душу глядача.

Саморозкриття – тип впливу, що характеризується активним самовираженням комунікатора, чия позиція адресується глядачеві, але ні як інакше, а скоріше як самому собі. В результаті такого авторського монологу глядач відсторонений.

Залучення – тип впливу, який передбачає єдність комунікатора і глядача, тобто їх співучасть, сприяння і співтворчість, єдиний темп діяльності, єдине переживання минулого, сьогодення і майбутнього. [2]

Ці типи впливу можуть бути виявлені при розгляді будь-яких форм масово-комунікативного впливу. Три перших типи впливу носять типовий для масових комунікацій суб'єкт-об'єктний характер. Четвертий тип є особливим: маючи, по суті, той же суб'єкт-об'єктний характер, спрямований на масову аудиторію з метою зміни її установок і подальшої поведінки, за формою він виступає як суб'єкт-суб'єктний вплив, яким характеризується спілкування, по суті своїй виключає односпрямованість і маніпулювання, і передбачає спільне вироблення сторонами єдиних духовних значень.

Спілкування передбачає діалог, при якому однаково значущі позиції обох сторін. Прагнучи побудувати акт комунікації, «видавши» його за міжособистісне спілкування, комунікатор прагне до того, щоб реципієнт розкрився і включився в вироблення нових духовних значень, при цьому втрачаючи колишні. Залучення, взяте з боку результатів впливу, є найефективнішим його типом, бо видимість діалогу і близькості комунікатора проблем і установкам аудиторії дозволяє знизити або взагалі усунути бар'єр опору впливу, що виникає у людей при відчутті примусового впливу на них.

Не останню роль в цьому процесі відіграють особисті якості комунікатора, що дозволяють йому налагоджувати необхідний контакт з аудиторією, здаватися «своїм», його творчі здібності (це дуже важливо при створенні друкованих текстів), особливості голосу (в комунікації по радіо це часто має вирішальне значення, бо є єдиним способом встановлення емоційного контакту), а також зовнішність, манери і інші іміджеві характеристики комунікатора.[2]

На українському телебаченні значне місце посідають політичні ток-шоу. Високий ступінь популярності політичного ток-шоу можна пов'язати з такими параметрами:

1) гнучкістю тематичного поля програми і включенням у нього елементів усіх дискурсивних практик;

2) глибокою залученістю адресата в процес телевізійної інтеракції, яка заснована на акцентуації тих чи інших соціально значущих мотивів поведінки на міжособистісному, міжгруповому та інституціональних рівнях, а також посиленні значущості окремих ціннісних орієнтирів даного соціуму [4].

Декларована мета політичних ток-шоу – пошук істини, консенсусу між протилежними точками зору, прикладні рішення, але реальна практика свідчить про те, що основною метою учасників дискусії є політичні амбіції. Формат ток-шоу на вітчизняному телебаченні зазвичай має авторський клубний характер. Обрані гості харизматичного ведучого – статично й безвідповідально сперечаються, задовольняючи таким чином видовищні запити аудиторії. Тобто, предмет розмови фактично не має значення «за замовчуванням» [4].

Залежно від часу виходу й тематичної спрямованості, українські політичні ток-шоу можна класифікувати наступним чином:

1) щоденні (найчастіше – вечірні, у праймтаймі: «Час: підсумки дня» на 5 каналі);

2) щотижневі (підсумкові) («Свобода слова» з А. Куликовим на ICTV щопонеділка, «Велика політика» на телеканалі «Інтер» і «Шустер LIVE» супутниковий телеканал 3S.TV щоп'ятниці, інколи – щоп'ятниці та щосуботи);

3) до певної дати чи події (річниця Голодомору, Помаранчевої революції, політичний телемарафон із приводу ув'язнення екс-прем'єр міністра Ю. Тимошенко чи телевізійні марафони за участю політичних лідерів під час виборів).

Особлива увага як глядачів, так і учасників ток-шоу, зазвичай зосереджена на підсумкових політичних ток-шоу, що виходять в ефір раз на тиждень і в яких підсумовуються всі актуальні події тижня, що минув [5].

Висновок. Як бачимо, розважальні програми на українському телебаченні користуються значною популярністю. Інтерес суспільства до цього контенту призводить до виготовлення якісних та неякісних шоу-програм.

Значний відрізок ефірного часу відводиться ток-шоу. Розрізняють різні види ток-шоу: соціальні, політичні, кулінарні та ін.

Вивчення ток-шоу контенту є важливим, оскільки воно стає невід'ємною частиною суспільної комунікації, торкається проблем населення, впливає на формування думки, настроїв, цінностей та стереотипів.

Джерела та література

1. Акинфиев С. Жанровая структура российского развлекательного телевидения : автореф. дис. канд. филол. на-ук : 10.01.08 / С. Н. Акинфиев. – Москва, 2008. – 21 с.
2. Вакурова Н. В. Типология жанров современной экранной продукции : учебное пособие / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М. : Институт современного искусства. Мастерская телевизионной журналистики, 1997. – 62 с.
3. Горчицова А. О. Розважальні телепрограми як виразник медіакультури глобального інформаційного простору(на прикладі всеукраїнських телеканалів) / А. О. // Телерадіожурналістика TV and radio journalism. – 2016. – Том 3. квітень-червень. С. 14-18.
4. Ісаєва, Н. О. Рецептивність, емотивність та конвенціональність у драматургії політичного ток шоу / Н. О. Ісаєва // Соціальні комунікації. – 2015. – № 15. – С. 62-67.
5. Майорова М. Є., Чекмишев О. В. Поняття політичного ток-шоу як розважального стилю / М. Є. Майорова, О. В. Чекмишев // Young Scientist. – 2016. № 7 (34). С. 335-338.
6. Невмержицька О. Розважальні програми центральних каналів телебачення України як чинник морального виховання підлітків : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.07 / О. В. Невмержицька. – Херсон, 2006. – 20 с.
7. Недо А. О. Розважальний характер сучасного телебачення: перспективи та тенденції / А. О. Недо // Соціальні комунікації. – 2016. – № 4 /1 (21). – С. 39-43.
8. Щербина, В. Ю. Порівняльна характеристика розважальних шоу на телеканалах США та України / В. Ю. Щербина // Наукові записи інституту журналістики. – 2013. – Том 51. квітень – червень. – С. 96-100.
9. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: посібн. – 2-ге вид., доповн. і переробл. / А. В. Яковець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 262 с.
10. <https://telekritika.ua/uk/mediatuse/>

Yarmolchuk Anna. The Genre of Talk Shows in the Modern Media and Cultural Space: Philosophical and Cultural Analyzis. The purpose of this article is to analyze common features of entertaining content on Ukrainian television. Particular attention is paid to the talk show genre: the necessary elements of any talk show are defined; types of this genre are named; reasons that attract viewers to watching television of this format are discovered; the influence of talk show on viewers is established. Also, the nature of political talk shows and their role in the Ukrainian media space are determined. The interest of society in this content leads to the production of high-quality and poor-quality show programs. A significant segment of airtime is given by the talk show. There are different types of talk shows: social, political, culinary, etc. The study of talk shows is important because it becomes an integral part of public communication, affects the population, influences the formation of thought, mood, values and stereotypes.

Key words: talk show, entertainment programs, political shows, kinds of talk shows.

Ярмольчук Анна. Жанр ток-шоу в современном медиакультурном пространстве: философско-культурологический анализ. В статье проанализированы особенности развлекательного контента на украинском телевидении. Особое внимание уделено жанру ток-шоу – проанализированы видовые особенности этого жанра и причины, которые привлекают телезрителей к просмотру телепрограмм такого формата; определены необходимые элементы различных видов ток-шоу; обращено внимание на типы воздействия ток-шоу на сознание телезрителей; охарактеризована природа политических ток-шоу и определена их роль в украинском медиапространстве. Интерес общества к этому контенту приводит к изготовлению качественных и некачественных шоу- программ. Значительный отрезок эфирного времени отводится ток-шоу. Различают разные виды ток-шоу: социальные, политические, кулинарные и др. Изучение ток-шоу контента является важным, поскольку оно становится неотъемлемой частью общественной коммуникации, касается проблем населения, влияет на формирование мнения, настроений, ценностей и стереотипов.

Ключевые слова: ток-шоу, развлекательные программы, политические шоу, виды ток-шоу.