

Синергетична взаємодія ведучого і гостя в студії на прикладі політичних ток-шоу

І. С. Пуцята

Національний університет «Львівська політехніка»
Corresponding author. E-mail: Iryna.S.Putsiata@lpnu.ua

Paper received 24.03.18; Accepted for publication 01.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-169VI28-10>

Анотація. У статті здійснено аналіз взаємодії ведучого і гостя в студії на прикладі політичних ток-шоу. Особливу увагу приділено основним композиційним ознакам, типовим учасникам, хронотопу і цінності. Саме композиційні особливості виділяють ток-шоу серед інших видів дискурсу і визначають його вплив на формування світогляду. Автор розглядає, яким чином і якою мірою основні учасники шоу відповідальні за розгортання діалогічного дискурсу.

Ключові слова: ток-шоу, медіаіндустрія, ЗМІ, медіаринок, телевізійна журналістика.

Нове століття зі стрімким злетом прогресивних технологій і появою сучасних професій трансформувало основи медіаіндустрії, поставило нові питання, пред'явило нові вимоги до мас-медіа, в тому числі до системи законодавства в галузі ЗМІ, професійної етики, психології журналістської творчості. На початку третього тисячоліття спілкування людей, опосередковане технічними системами, набуває масовий характер. Телебачення породжує символічну реальність, яка, «переступивши» через екран, стає фактом суб'єктивної реальності людини і створює комунікативну ситуацію – «поруч, але не разом». За допомогою мови зорових образів воно робить людину учасником подій, що відбуваються на іншому кінці планети, породжуючи феномен «достовірності» зображення.

У сучасних умовах, коли від числа реальних глядачів залежать доходи телестудій, виникла конкурентна боротьба за їх увагу. Для залучення аудиторії телеканали намагаються включати в сітку мовлення найбільш популярні, що мають успіх у глядача, програми. А значить, від творців передачі потрібно не просто високий рівень професійної майстерності, але й абсолютно новий підхід до професії телевізійного журналіста, особливо до її творчої складової.

Телевізійна журналістика «виходить» на масову аудиторію великою сукупністю різних за типом і жанру програм. Одним із найрейтинговіших і затребуваних на сьогоднішній день жанрів є ток-шоу. Цей жанр активно розвивається як на центральних, так і на місцевих телеканалах. Його відмінна риса – видовищність, яка досяжна тільки при наявності багатого творчого потенціалу колективу програми.

Інтерес до ток-шоу не випадковий: у цих програм є свої сильні сторони і потенційні можливості. Саме ток-шоу дозволяє моделювати ситуації, спільно переживати їх, заручаючись підтримкою віртуального колективу, і проговорювати допустимі лінії поведінки, що заповнює брак авторитетних суджень і вказівок.

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

дили такі вчені: Є. Прохоров, І. Дьоміна, І. Блауберг. Проте у працях науковців не звертається увага на взаємодію ведучого та гостя в студії під час трансляції політичного ток-шоу, що і становить актуальність нашого дослідження.

Мета статті – проаналізувати синергетичну взаємодію ведучого і гостя в студії на прикладі політичних ток-шоу. Відповідно до мети необхідно вирішити наступні завдання: провести аналіз взаємодії ведучого і гостя в студії на прикладі політичних ток-шоу; визначити основні композиційні ознаки, типових учасників, хронотоп і цінності ток-шоу; проаналізувати, яким чином і якою мірою основні учасники ток-шоу відповідальні за розгортання діалогічного дискурсу.

Термін «синергетика» (від грец. – сприяння, співробітництво) використовував Г. Хакен. Вона вивчає будь-які самоорганізуючі системи, що складаються з багатьох підсистем [10].

Медійні дослідження і в наші дні продовжують знаходити собі опору в роботах доктора філологічних наук, професора Є. П. Прохорова. Він вже досить тривалий час використовував системний підхід, а потім і синергетику у своїй творчості, один з перших став розглядати журналістику як системний об'єкт. Досить згадати для цього найперші випуски його книги «Введення в теорію журналістики», що мали добрий десяток перевидань [1]. Системно-синергетичний підхід містить у собі цілий ряд вимог. Одна з головних – необхідність виявлення цілісності системного об'єкта.

Є. П. Прохоров багато зробив для того, щоб цілісність журналістики проявилася в повній мірі. Для цього він активно використовував поняття: «масова інформаційна діяльність», «масова інформація», «масова комунікація». Суб'єктами цієї практики, на його думку, повинні виступати творці і споживачі масового продукту, що мають представницький характер по відношенню до різних видів соціальної діяльності – духовно-теоретичної (наука, культура), духовно-практичної (управління, освіта, виховання), практичної (виробництво, звернення, споживання). Цілісність системи передбачає участь усіх її частин в створенні єдиного інтегрального результату взаємодії всіх компонентів системи.

Телевізійне шоу – невід'ємний феномен сучасного суспільства. Сьогодні тільки в США транслюється

більш сотні ток-шоу, хоча цей жанр передач з'явився лише у 1967 р. Тим більше дивно, що їх дискурс досі в цілому залишався невивченим, в той час як у багатьох країнах телешоу відіграють велику роль у формуванні світогляду значної кількості людей, включаючи дітей [4].

Ток-шоу (від англ. «talkshow» – розмовне шоу) – вид телепередачі, в якому один або кілька запрошених учасників ведуть обговорення запропонованих ведучим тем, із залученням глядачів у студії і біля телеекранів за допомогою запитань із залу, телефонних дзвінків. Ток-шоу – розмовний жанр, сучасний аналог теледискусії, адресований «не всім, але кожному» [7].

Кожне політичне ток-шоу повинно знаходити рівновагу між розвагою і просвітництвом публіки, щоб глядач отримував інформацію досить несподівану, щоб бути цікавою, проте не настільки дивно, щоб народжувати непорозуміння і руйнувати спілкування. Взаємно «працюючи на імідж», учасники телешоу одночасно мають інформувати публіку про політичні проблеми. В ідеалі ток-шоу повинно знаходити баланс у формулюванні своїх повідомлень, що відсилаються, щонайменше, відразу двом адресатам, які для політики мають різну значущість. При цьому в центрі комунікативного інтересу (демократичного) стоять виборці. І тільки потім – його безпосередні суперники і опоненти дебатів. На основі постулату достовірності, політики діють найбільш суверенним чином тоді, коли вони уявляють свої тези спокійно, об'єктивно, але не нудно.

Аналогічним чином, вдале політичне ток-шоу завжди є рівновагою між владою і компетенцією, що реалізується в ньому. Ці два начала, в залежності від їх дозування, істотно визначають діалогові ролі, а також стратегії управління бесідою. Було б вельми цікаво в позитивному ключі розглянути, які типові стратегії управління політичними діалогами, ким і в яких ситуаціях реалізуються, які поєднання влади і професійності вони припускають [11].

Розглянемо тепер, яким чином і якою мірою основні учасники шоу відповідальні за розгортання діалогічного дискурсу. Ернест Люттих, аналізуючи псевдоаргументацію в рамках західнонімецького ток-шоу 80-х рр. «Freitagnacht» («Увечері в п'ятницю»), – одного з перших європейських ток-шоу в стилі інфотейнінг – наступним чином описує його структуру. «Є внутрішнє коло, що включає дискутуючих суперників, з якими попередньо узгоджується тема дискусії, і з якими редакція програми цю тему ретельно готує. Тема повинна бути максимально суперечливою; вона підтримується і обрамлюється зовнішнім колом, яке складається із запрошених гостей (експертів) у телестудії, що супроводжують супротивників. Ці люди в потрібний час «активуються» і втягуються у внутрішнє коло. Більш велике зовнішнє коло утворює інша публіка в студії. Індивідуальні учасники цієї групи можуть також пропонувати свої коментарі. Четверте комунікативне коло, зрештою, формується публікою телеглядачів, які теж можуть брати участь у ток-шоу, а саме, за допомогою телефонних дзвінків. Коментарі, запитання або заперечення з цього комунікативного кола збирає редакція програми, тематично сортується

і надаються модератору. Він використовує їх у відповідний момент в якості імпульсу, щоб підняти якесь питання або зробити додавання, направляючи таким чином хіт розмови» [2, с. 12].

В ідеалі, як ми відзначали вище, ведучий телешоу має вести бесіду так, щоб вона не сильно відхилялася від теми, щоб кожен з учасників розмови зміг розкритися, позначити свою позицію, щоб напруженість полеміки не виходила за рамки комунікативно-етичних норм. При цьому модератор повинен зберігати певну дистанцію до подій і до позицій, що виголошуються, а це важкий і відповідальний момент для ведучого політичного ток-шоу. Адже з одного боку, він уникає простої ідентифікації «господаря» програми з офіційною точкою зору «партії і уряду», а з іншого – модератор не повинен деградувати до простого статиста висловлюваних у ході дискусії думок. Але все це – в ідеалі. Насправді ж ведучий часто займає так звану «протекціоністську стратегію» по відношенню до одного або декількох учасників шоу-розмови.

Протекціонізм полягає тут в тому, що модератор дає учасникам шоу можливість представити себе у вигідному світлі, в тому числі за рахунок предметного розгляду політичних проблем чи елементарної логіки. На відміну від провідних традиційних новинних і аналітичних програм, ведучий ток-шоу безпосередньо не зацікавлений в тому, щоб – як істинний «пес демократії» – «рознюхати» проблему, «докопатися до істини» і когось «викрити». Ні, модератор робить у телешоу «комунікативний бізнес», одночасно розважаючи публіку. Таким чином, для автора ток-шоу спочатку діє жанрове обмеження на розгортання посправжньому предметного і критичного обговорення політичних проблем [3].

Публіка телепрограми заохочує діалогічну дискусію, насамперед, своєю складною структурою, яка спочатку враховується при веденні шоу-розмов. Ми вже зазначили вище комунікативні кола, на які розбиваються глядачі телевізійної бесіди. Звичайно, будь-яка інформація завжди сприймається по-різному, різними і численними аудиторіями, тим більше, в діахронічній перспективі. Але не будь-яке послання свідомо формулюється з урахуванням відразу декількох «публік».

Серйозний політик, як правило, краще прораховує сприйняття своїх заяв, якщо він робить їх у монологічній формі. Правда, за невизначеністю його повідомлень і тут можуть ховатися різні семантичні та прагматичні чинники (наприклад, властивості ідеологічної мови або небажання висловлюватися відверто по делікатному питанню), але в будь-якому випадку тут немає того комунікативно складного адресата, який ми маємо у випадку політичних ток-шоу. При цьому не слід забувати, що ступінь комунікативної участі різних сегментів (кіл) публіки телешоу не пропорційна їх значущості для ведучого та його гостей-політиків. Хоча аудиторія, тобто гості в студії і телеглядачі, приймають мінімальну участь у політичній дискусії, вони є головними адресатами послань, які формулюються на студійному подіумі [5, с. 22].

Що ж стосується безпосередніх і активних учасників телевізійних шоу-розмов, то їх роль у виробництві

діалогічного дискурсу визначається не тільки їх артистичною майстерністю, але також їх участю в підготовці і обговоренні сценарію майбутнього спектаклю. Головна відповідальність за шоу випадає на учасників внутрішнього кола – експертів або знаменитостей, які зустрічаються один з одним перед зйомкою і з якими ведучий проводить попередні переговори. В результаті, усі гості мають можливість дізнатися, перед записом програми, позиції інших учасників передачі, задати їм питання по темі матеріалів, що їм видають перед ефіром.

Одним з найпопулярніших політичних ток-шоу в Україні є «Свобода слова», що виходить на телеканалі «ICTV». Характерною його особливістю є внутрішня взаємодія ведучого з героями і гостями студії і глядачами, які беруть участь у зйомках програми. Ця взаємодія полягає в тому, що після того, як В. Карп'як надає слово черговому герою (зазвичай це розповідь-сповідь з особистого життя), спочатку він задає питання йому, уточнюючи якісь моменти, ведучи нитку розмови у потрібному, як ведучому передачі, напрямку.

Потім В. Карп'як звертається до аудиторії із заздалегідь підготовленим питанням, або просто надає можливість глядачам висловитися з поставленої проблеми. Подібний психологічний прийом приваблює і утримує увагу телеглядачів.

«Тримати» великі групи людей у студії під час ток-шоу – складне завдання. Від ведучого вимагається вміння «вибудовувати» характери, темпераменти, пристрасті в єдине видовище – це особливий дар, який теоретики навіть порівнюють іронічно з професією масовика-вистівника, тільки, так би мовити, вищого класу. Телевізійна бесіда з'єднує засоби журналістики і сценічні прийоми. І кожен з його учасників, яка б не була його службова функція всередині програми, одночасно є персонажем із заданої йому авторами шоу роллю.

Починається ток-шоу «Свобода слова» незмінно з інтерв'ю. Так, В. Карп'як використовує паралельно як відкриті, так і закриті питання, але відкриті питання він зазвичай звертає в зал, тобто не конкретній людині, а всім одразу. Це відноситься і до експертів: ведучий задає питання безадресно, відповіді на нього може будь-хто. Відкриті питання носять загальний характер і тягнуть за собою відповіді, не обмежені ні формою, ні змістом. Тобто право вибирати, що сказати, як розставити акценти і на яких подробицях зупинитися залишається за інтерв'ююваним.

Закриті ж питання потребують точних стверджувальних або заперечних відповідей. Ведучий використовує їх, коли треба отримати жорстку, пряму реакцію співрозмовника. Їх легко ставити і на них неважко

відповідати, при цьому у автора є можливість повністю контролювати хід бесіди. Саме такі питання переважають у ток-шоу «Свобода слова»: «Ви вважає, що прийняття такого закону покращить ситуацію?», «Ви чули про що говорив Ваш опонент?». Безсумнівно, розмова в програмі завжди насичена, цікава й інтелектуальна. Ведучий демонструє підготовленість до інтерв'ю, і якщо тон бесіди на початку передачі може бути дещо сумним (все залежить від обраної теми), то завершує свою роботу В. Кулик незмінно на оптимістичній ноті.

Таким чином, зазначені нами вище ознаки співучасті зірок передачі в її проектуванні (відповідно, ознаки їх співавторства) є насправді загальнопоширеною практикою в організації ток-шоу, в тому числі політичних, як би це не здавалося дивним наївному глядачу (виборцю). Ми бачимо, що ток-шоу «Свобода слова» – дійсно «розмовне подання», що складається за схемою «питання – відповідь», це не інтерв'ю в чистому вигляді, а бесіда або діалог, поштовхом для якої служать зусилля, артистизм, вміння слухати і питання ведучого В. Карп'яка. Тут журналіст не просто виявляється посередником у передачі інформації, а виступає фактично на рівних зі своїм співрозмовником у процесі спільної творчості.

У ток-шоу «Свобода слова» є і ознаки дискусії. Так як в студії, як правило, знаходиться відразу кілька учасників (герої, експерти, гості), то неминуче виникають розбіжності з приводу тієї чи іншої проблеми, особливо якщо ця проблема суспільно-значуща. Оскільки дискусія найчастіше транслюється без відеоряду, видовищність залежить від професіоналізму ведучого у виборі учасників, підготовці проблеми, вміння імпровізувати по ходу бесіди. В. Карп'як блискуче справляється з цим завданням.

Синергетичний підхід до проблеми взаємодії журналіста з героєм телепередачі структурує традиційні процеси телевізійної комунікації, виявляє їх закономірності, може стати основою подальшого розвитку методів взаємодії тележурналіста з героями його творів. Таким чином, стаття має актуальну наукову і практичну значимість, набуваючи в рамках формування інформаційного суспільства особливого значення для соціального і духовного життя людини.

При цьому поглиблений аналіз взаємодії тележурналіста з героєм досить скромний, у вітчизняній і зарубіжній літературі відсутній брак спеціалізованих робіт, присвячених зазначеній проблематиці, що зумовило вибір теми статті для дослідження. Тож питання синергетики у проекції на телевізійну творчість є перспективним напрямом подальших наукових пошуків, адже у межах статті висвітлено лише певний аспект проблеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурмака М. В. Технологія створення контактної телевізійної програми в контексті українського телебачення : автореф. дис. На здобуття наук. Ступеня канд. філол. Наук : спец. 10.01.08 / М. В. Бурмака. – Київ, 2003. – 17с.
2. Гоян В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми / В. Гоян. – Київ: В-цтво КНУ ім. Тараса Шевченка, 2001. – 52с.
3. Кісін В. Режисура як мистецтво та професія / В. Кісін. – Київ: НО Центр "АЕЛС-технологія", 1998. – 103с.
4. Кондратьєва Н.Е., Мордовина Л.В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.analiculturolog.ru>
5. Косюк О.М. Розважальна функція електронних ЗМІ: світовий контекст та національні особливості: дис. ... кандидата філологічних наук : 10.01.08 / Оксана Михайлівна Косюк. – К., 2006. – 178 с.

6. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу : <http://www.relga.ru>
7. Недопитанський М.І. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.journ.univ.kiev.ua>
8. Салюк Т. Готовимся проводить ток-шоу [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.adic.org.ua>
9. Томак М. «Барьер» для ток-шоу. Особенности украинской адаптации американских форматов [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу : <http://www.day.kiev.ua>
10. Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен. – М.: Мир, 1980. – 406 с.
11. Цибулько К. Ток-шоу як об'єкт телекритики [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.franko.lviv.ua>

REFERENCES

1. Burmaka M. V. (2003) Technology of creating a contact television program in the context of Ukrainian television. The dissertation author's abstract for obtaining sciences candidate Degree in Philology: specialty 10.01.08. 17. Kiev. (in Ukrainian).
2. Goian V. (2001) Typical and genre features of the TV informational program. 52. Kiev. (in Ukrainian).
3. Kisin V. (1998) Directed as art and profession. 103. Kiev. (in Ukrainian).
4. Kondratieva N.E., Mordovina L.V. Talk shows as a genre of modern mass culture. Retrieved from: <http://www.analiculturolog.ru>. (in Russian).
5. Kosyuk O.M. (2006) Entertainment function of electronic media: world context and national peculiarities. Dissertation of the candidate of philological sciences: 10.01.08. 178. Kiev. (in Ukrainian).
6. Mogilevskaaya E. Talk shows like TV genre: origin, variety, techniques of manipulation. Retrieved from: <http://www.relga.ru>. (in Russian).
7. Nedopytanskyi M. I. Television talk show: secrets of popularity and production. Retrieved from: <http://www.journ.univ.kiev.ua>. (in Ukrainian).
8. Salyuk T. We are going to hold a talk show. Retrieved from: <http://www.adic.org.ua>. (in Russian).
9. Tomac M. "Barrier" for a talk show. Features of Ukrainian adaptation of American formats. Retrieved from: <http://www.day.kiev.ua>. (in Russian).
10. Hacken G. (1980) Synergetics. 406. Moscow. (in Russian).
11. Tsybulko K. A talk show as an object of television criticism. Retrieved from: <http://www.franko.lviv.ua>. (in Ukrainian).

Synergistic interaction between the presenter and the guest in the studio on an example of the political talk shows

I. S. Putzyata

Abstract. The article analyzes the interaction between the presenter and the guest in the studio on an example of political talk shows. Less careful attention, as needed, will be paid to other actors and segments of television communication, which are directly related to the ethical and professional aspect of the process of interaction between a TV journalist and a hero. Particular attention is paid to the main compositional features, typical participants, chronotopes and values. It is the compositional features that distinguish the talk show among other types of discourse and determine its influence on the formation of the worldview. The author examines how and to what extent the main participants of the show are responsible for the development of dialogical discourse.

Keywords: talk show, media industry, mass - media, media markets, television journalism.

Синергетическое взаимодействие ведущего и гостя в студии на примере политических ток-шоу

И. Пуцята

Аннотация. В статье осуществлен анализ взаимодействия ведущего и гостя в студии на примере политических ток-шоу. Особое внимание уделено основным композиционным признакам, типичным участникам, хронотопа и ценности. Именно композиционные особенности выделяют ток-шоу среди других видов дискурса и определяют его влияние на формирование мировоззрения. Автор рассматривает, каким образом и в какой мере основные участники шоу ответственные за развертывание диалогического дискурса.

Ключевые слова: ток-шоу, медиаиндустрия, СМИ, медиарынок, телевизионная журналистика.