

УДК

ТОК-ШОУ «ПОЛІТВЕЧЕРЯ» ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ПРОГРАМИ ЗОДТРК «ЗАПОРІЖЖЯ»

Панченко С. А.

(Запорізький національний
технічний університет)

У статті розглядається структура та специфічні риси кулінарно-політичного ток-шоу «ПолітВечеря», аналізується проблема жанрового синтезу.

Ключові слова: жанр, ток-шоу, формат, жанровий синтез.

В статье рассматривается структура и специфические черты кулінарно-політического ток-шоу «ПолитУжин», анализируется проблема жанрового синтеза.

Ключевые слова: жанр, ток-шоу, формат, жанровый синтез.

Телебачення є невід'ємною і важливою частиною у процесі щоденного інформаційного обігу в суспільстві. Людина вже звикла отримувати і накопичувати свої знання та досвід через цей вид ЗМІ. Сітка телемовлення обов'язково включає в себе певний перелік різних за структурою, жанрами, спрямуванням та передбачуваним кінцевим результатом телепередач. «Якщо форма існування мистецтва – окремий твір, то форма існування телебачення – програма» [13, с. 211].

Однак велике розмаїття каналів та програм робить споживача більш вибагливим – він постійно потребує чогось нового. Сучасне українське телебачення пропонує телеглядачеві ряд форматів телепередач, які так чи інакше копіюють західні моделі. Це така собі експлуатація вже розроблених і випробуваних жанрів. Один із них, породжений в американському ефірному просторі – ток-шоу – вже став майже рідним і для наших телеканалів. Треба визнати, що часто ток-шоу стають індикаторами гострих суспільних проблем. Оголоючи їх, голосно заявляючи про них, ці програми, завдяки своїй публічності і можливості викликати резонанс, інколи стають арбітрами у справі розв'язання

конфліктних ситуацій або своєрідною силою, що покликана відновити справедливість.

Однак, як видається, щодо основних політичних ток-шоу країни останнім часом спостерігається тенденція до їх певної уніфікації, так би мовити, втрати авторського стилю. Сьогодні, якби не декорації чи обличчя ведучих, то відрізнити одне політичне ток-шоу від іншого за якимись особливостями розкриття тем, специфічною проблематикою, зрештою обличчями учасників чи експертів буває складно. Можливо тому, навіть в умовах виборчої кампанії відчувається перенасиченість подібними форматами.

Їх популярність, принципи проведення, основні віхи мало відрізняються від моделі американської, зазвичай ця модель просто копіюється, без урахування ментальних і національних особливостей.

Попри широке використання ток-шоу в телевізійному просторі, думається, він потребує ще детальнішого дослідження, особливо в аспекті дифузії жанрів, яка вочевидь спостерігається у нових програмах. Методологічною основою такого аналізу можуть слугувати наукові розвідки та монографії, присвячені А. Биканової, О. Степаненко, А. Яковець та інших дослідників.

Створення резонансних, цікавих, вмотивованих певними життєвими ситуаціями програм особливо важливим є у регіональному телевізійному просторі.

Проблеми стану і тенденцій розвитку регіонального телебачення досить детальне дослідження отримали у таких науковців, як Р. Борецький, О. Гоян та В. Гоян, З. Дмитровський, Н. Зверєва, В. Саппак, В. Цвік та інші.

Багато дослідників сходяться на думці, що українські державні телекомпанії мали б знайти нову програмну концепцію і з її допомогою підсилити свої зв'язки з усіма сферами суспільного життя, не виключаючи, зрозуміло, підтримки культурних і мистецьких традицій країни. Чим на цьому тлі може потішити обласне телебачення? Ситуація в регіональному телевізійному просторі привертає увагу і аналітиків, і звичайних глядачів. Яка роль обласного державного телебачення? Як воно функціонує і чому втрачає глядача? Чи має

перспективи у конкуренції не лише з центральними телеканалами, а й з приватними телестудіями, що існують у регіонах? Ці питання вже давно у розряді риторичних. Негативний імідж слабких провінційних каналів перетворився на стереотип. Мало хто вірить, що обласне телебачення зможе стати цікавим і сучасним.

Своїм дослідженням будемо намагатися спростувати цей стереотип, поставивши за **мету** проаналізувати структуру та специфічні риси відносно нового програмного продукту ЗОДТРК «Запоріжжя» – кулінарно-політичного ток-шоу «ПолітВечеря».

Завдання роботи:

- окреслити особливості структури програми та рівень професіоналізму творців телепродукту;
- дослідити специфіку поєднання елементів «ток» і «шоу»;
- проаналізувати елементи жанрового синтезу;
- визначити соціальну значущість для глядача та перспективи такого роду програм.

За останні роки обласна телерадіокомпанія «Запоріжжя» кардинально змінилася. Якими б не були проблеми, але час ставить перед нею вимогу технічного переоснащення, придбання тих новітніх технологій, які розширять можливості роботи студій, сприятимуть реалізації задумів, донесуть до телеглядача якісний телевізійний продукт.

Реципієнти переважно чекають від місцевих телеканалів такої побудови сітки ефірного телемовлення, щоб до її складу входили програми, які викликали б інтерес та спрямовували до певних дій, де були б задіяні відомі і знайомі особи міста, чи звичайні люди, які могли поділитися своїми думками, новинами, враженнями.

На телеканалі постійно працюють над вдосконаленням сітки мовлення. З-посеред значної кількості власного продукту телеканалу, у його арсеналі є ток-шоу «американсько-всеукраїнського» зразка зі всіма канонами жанру – суспільно-

політичне «Знак запитання» та розважальне «Жіноче щастя». Кожна з таких програм має свою мету, форму, змістове навантаження. Свою модель.

У 2009 році стартував іще один проект – кулінарно-політичне ток-шоу «ПолітВечеря». Оригінальна ідея створення програми належить Віталію Івахову, нині авторові та ведучому програми «Курс інтер'єру» на 5 каналі. Авторами сюжетів і ведучими стали журналісти Ольга Вакало і Лариса Мала. Хронометраж програми – 25 хвилин. Періодичність виходу в ефір – один раз на два тижні.

Телевізійники кажуть, що тільки ліниві канали ніколи не експлуатували формат кулінарного шоу. Цей формат використовує або один елемент видовища – приготування страви («Картата потата» Інтер, «Їмо вдома» СТБ), або ж синтезує його з розмовою («Смак» ICTV, «Смакуємо» «1+1»), де відомі ведучі ведуть щирі невимушену розмову з не менш відомими гостями.

Автор «ПолітВечері» задумав створити питомо український продукт, цікавий симбіоз подання політичних подій під різноманітним кулінарним «соусом», щедро здобрений чималою порцією іронії, а подекуди й сарказму. Своєрідна гра слів у словосполученні «політична кухня» разом з іншими специфічними рисами дала поштовх до жанровизначення програми як «кулінарно-політичне ток-шоу». Думається, аналогів такому формату програми у всеукраїнському телепросторі поки що немає.

Проте, оригінальні жанрові форми політичного ток-шоу не нові. В одному з інтерв'ю журналові «Телекритика» автор і ведучий програми «П'ять копійок» Роман Чайка, розмірковуючи про українські політичні ток-шоу, дає жанровизначення власній програмі: «П'ять копійок» – своєрідне іронічно-саркастичне політичне ток-шоу. Говорити серйозно про політику в нашій країні, здається, – це уже момент психічної ненормальності. У нас не працюють закони політичного жанру. Тому тільки з допомогою сарказму і жартів за короткий час ми можемо сказати навіть утричі більше, ніж у так званих серйозних політичних ток-шоу, жуйка в яких розтягується на години» [11, с. 36]. Деякою мірою це

споріднює «ПолітВечерю» з програмою Романа Чайки як зразок нового формату ток-шоу на політичні теми.

Фабульна конструкція програми «ПолітВечеря» будується на тому, що дві господині на кухні обговорюють політичну ситуацію у місті, країні чи за кордоном, готуючи страву, що, на їхню думку, відображає відповідний зміст останніх політичних новин, приправляють страви пікантними прянощами, приправами-«настроями». Після цього гість студії дегустує та оцінює «страву-ситуацію». Започаткувавши цикл нових передач, присвячених подіям у політиці та приготуванню нескладних, але смачних страв, журналісти воліють ознайомити глядачів з головними політичними подіями тижня у легкій, позитивній, ненав'язливій формі.

Доволі оригінально концепцію програми висловила Ольга Вакало, яку запорізький телеглядач знає як автора і ведучу цілої низки популярних у нашому місті програм. У першому випуску програми від 8 січня 2009 року вона звернулася до глядачів: «Ми спробуємо створити здорове політичне харчування. А раптом нам вдасться все-таки впливати на політичні смаки, хоча б, принаймні вдосконалювати їх для себе і для наших телеглядачів. Ми починаємо. Для чого? І для кого? Усю цю політичну кашу заварюємо саме для тих, кого від вітчизняної політики, делікатно кажучи, нудить, хто обпікся надмірним захопленням, наївся щирою цікавістю, наситився політичною активністю і запарився самому собі пояснювати, що ж відбувається. У нас на кожній політвечері відбуватиметься приготування актуальної страви, рецепт якої будемо брати з політично нашорошеного повітря і перевтілювати у щось безпечно-їстівне, і навіть, смачне. Дива! Врешті, все залежить від соусу, під яким страву подаватимуть. Візьмемося удосконалити політичні смаки, а розмовами про політику не псувати, – навпаки, стимулювати гарний апетит».

Серед специфічних ознак ток-шоу Г. Кузнецов виділяє наявність «залізного» сценарію і «підготовленість» імпровізацій [6, с. 42]. «ПолітВечеря» чітко структурована. Про синтез жанрових елементів «ток» і «шоу» свідчить бажання авторів зруйнувати стереотип того, що «дві господині на одній кухні не

вживуться». У ведучих існує чітке розподілення обов'язків: Ольга відповідає за насиченість програми політичними новинами, а відтак за інформаційно-змістову наповненість ефіру, а Лариса – за приготування кулінарних страв, що становить собою елемент видовища та гри.

Анонс є окремим структурним елементом, а також цікавим моментом інтригування глядачів, заохочення їх до перегляду та безпосередньої участі у програмі за допомогою дзвінків у студію. «У четвер ми знову зреагуємо на серйозні політичні події в області, країні й світі, але не хапанням за голову й серце, не ковтанням валідолу – а у найбільш мирний і корисний для організму спосіб – хапанням за ніж, ложку та виделку і приготуванням смачної та поживної політичної вечері. Послідовно виступаючи за здорове політичне харчування навіть за умов автентичної кризи, ведучі програми запропонують нову, приправлену жартами і серйозними роздумами страву, аби нагодувати свого званого гостя. Сподіваємося, страва сподобається всім, хто по обидва боки екрану спостерігатиме за ворожінням на нашій політичній кухні».

Ток-шоу має постійну рубрикацію. Залежно від того, яку функцію виконує рубрика, у ній превалюють ті чи інші зображальні засоби. Оскільки хронометраж програми невеликий, це задає її ходу високий темпоритм. Відеосюжети, в яких рідні, друзі, знайомі, колеги по роботі характеризують гостя програми, акцентуючи увагу на його кулінарних уподобаннях, професійній діяльності демонструються у рубриці «Званий гість». Прикметно, що запрошеними експертами є лише чоловіки, бо, як іронічно стверджують ведучі, саме вони є справжніми дегустаторами і поціновувачами смачної їжі та політичних перипетій. Цілком оригінальною видається рубрика «ПолітСловник» з метафоричним сюжетом про певний фрукт, овоч чи інший інгредієнт майбутньої страви, в якому уособлюються певні риси актуального політичного явища.

Висвітлення в оригінальній формі резонансних подій у політичному житті та приготування кулінарної страви відбувається у прямому ефірі.

Прямий ефір програми дає можливість ведучим виступати модераторами, що об'єднують глядачів та запрошеного експерта для дискусії, обміну

враженнями, запитаннями, порадами щодо рецептури та назви страви, а заодно й про політичні події. Цей елемент «ток» надає видовищу динамізму (рубрики «ПолітСтрава тижня», «Допомога залу»).

Завершальною є рубрика «50/50». Ольга Вакало, дізнаючись від знайомих гостей про його вподобання, завчасно готує символічний подарунок на згадку про участь у програмі. Телеглядачі також можуть подарувати, чи скоріше, поділитися своїм рецептом з ведучими, щоб ті приготували його у наступних програмах. Так, у випуску від 30 квітня 2009 року до рук ведучих потрапила книга давніх кулінарних рецептів від одного з глядачів, написана старослов'янською мовою. За рецептом, взятим із неї, була приготована страва, а цей процес відзнятий для сюжету у рубрику «50/50». «І щоб оце нас, які у шаленому вирі сучасності намагаємося зачепитися за свіжі політичні події і вичавити з них бодай щось корисне і цікаве, змусило зупинитися, перевести дихання і поринути у солодке кулінарне минуле, від часів якого стільки води збігло, що й слова з літерами помінялися, а краєвиди та кухні з господинями і поготів. Але на те вона і господиня – вправна та моторна, аби з глибин бабусиної шухлядки дістати скарбничку старовинних рецептів і у Світлому Великодньому часі надихнутися смачною мудрістю предків», – таким лірико-філософським було звертання Ольги Вакало до глядачів.

Зазвичай ток-шоу поєднує суттєві ознаки дискусії, інтерв'ю, гри, які концентруються навколо особистості ведучого. Обидві ведучі в цілому демонструють високу професійну майстерність, такт, ерудицію, почуття гумору, філігранне володіння словом. Видається, що змістова наповненість ефіру все ж більшою мірою реалізується Ольгою Вакало. Досвідчений журналіст, вона застосовує увесь набір засобів виразності, щоб глядачі розуміли щиру, жваву та емоційну реакцію на події, що відбуваються на знімальному майданчику, мали бажання самі взяти в них участь. Вона намагається говорити про політикум легко, іронічно, весело і «смачно», порівнюючи, аргументуючи і підводячи все до майбутньої страви.

У коментуванні політичних подій ведучими програми відсутнє поширення думок, фактів, ідей, котрі мали б на меті політичний вплив на свідомість, настрої, громадянську активність населення. Звертаючи увагу на значимість телевізійного повідомлення у прямому ефірі, Г. Мельник вважає, що «телевізійне повідомлення – це комплексне комунікативне послання автора глядачу, яке поряд зі змістом, закладеним у тексті, в закодованому вигляді передає інформацію про особистість комунікатора, відображає його емоційний стан і поведінку. У прямому ефірі автор (ведучий) програми висуває свою особистість безпосередньо багатомільйонній аудиторії і опосередковано – в телеповідомленні. Діяльність журналіста, яка є творчою за своєю природою, дозволяє йому самостійно вибирати засоби виразності, щоб не тільки зробити дохідливим своє телеповідомлення, а й постати у більш вигідному світлі» [7, 122].

У такий спосіб, до засобів виразності, притаманних Ользі Вакало та Ларисі Малій можна віднести міміку, посмішку, погляд, слова привітання, нагадування про дружній контакт. На мовному рівні це складні і численні засоби вербальної комунікації (пауза, ритм, емоційність, метафоричність мовлення), які ефективно діють навіть при всьому формалізованому характері прямого ефіру.

Загальновідомо, що саме від професійного підходу до ведення програми залежить наскільки правильно вона буде структурована і зрозуміла для активної аудиторії. Незважаючи на специфіку ток-шоу, не треба забувати, що «картинка», візуальний ряд на екрані завжди сильніший за слова: люди розглядають її, довіряючи своєму враженню, а вже потім словам ведучого. Отже, треба продумувати зміст кадру, поступово формувати екранний імідж програми. Тут авторам програми є над чим попрацювати в майбутньому.

Ток-шоу – максимально персоніфікована екранна форма. А. Яковець наголошує, що «ток-шоу, шоу-ток – телевізійні жанри, що характеризуються, насамперед, такою рисою, як видовищність. Необхідними елементами шоу, як і будь-якої програми, є: ведучий-рефері (творча група, яка працює над програмою), учасник або учасники (опоненти), «внутрішній глядач» (глядачі, що у студії, які

теж можуть брати участь у дискусії)» [15, с.29]. Переважно всі ці своєрідно синтезовані риси притаманні програмі «ПолітВечеря».

Уже зазначалося, що всі структурні елементи програми глибоко продумані й логічно виважені. Виразальним засобом шоу є навіть акцентована увага на обов'язковому надяганні рукавичок перед приготуванням їжі. Це робиться не тільки з міркувань гігієни, а й як спроба «дистанціюватися» від політики за допомогою рукавичок, наголошуючи на життєствердній формі ведення програми без глибокого проникнення в складні політичні питання.

Однак, незважаючи на це, розповідний елемент у формі дискусії, обміну думками про політичну подію та виготовлену страву, бесіди займає рівноцінне місце у цьому «гібриді» жанру.

У вже згадуваних нами інтерактивах спостерігається елемент залучення аудиторії до гри. Висловлений глядачем жарт, порада з приводу назви страви чи її рецептури, запитання чи полеміка з гостем та ведучими, пропозиція подарунка до наступної передачі – все це надає гостроти та динаміки шоу і сприймається реципієнтом як можливість побути мудрим учителем, порадником, вершителем в «останній інстанції». Політичний присмак кулінарних страв виявився цікавим для великої глядацької аудиторії, про що свідчить частота і кількість дзвінків у студію прямого ефіру.

На окрему увагу заслуговує також прагнення авторів програми будувати свої сюжети, запрошуючи до студії не тільки (і не стільки) перших осіб міста та області чи знаних політиків, а й людей цікавих і непересічних зі всіх сфер суспільного та громадського життя. У гостях «ПолітВечері» побували, звичайно, і Олександр Старух та Микола Фролов, а також інші політики. Однак не менш вдалими були ефіри з професором філософії Сергієм Тарадайком, юристом Олександром Машьяновим, кандидатом медичних наук Олегом Нікіфоровим, настоятелем Храму Бога Отця Милосердного отцем Яном та іншими цікавими та непересічними гостями-експертами програми. Відрадно, що формат програми орієнтований на європейське сприйняття ток-шоу, експертами в яких виступає інтелектуальна еліта суспільства: філософи, артисти, вчені, громадські діячі. І як

результат – корінна відмінність якості осмислення проблем. У наших же ток-шоу таких диспутантів чи експертів – не більше третини, переважна ж частина – виключно політики та журналісти.

Таким чином, констатуємо, що українське телебачення поки що переважно йде навіпамацьки, експериментуючи з новими формами та жанрами, випробовуючи їх. Доволі часто, як це прийнято у світовій практиці, копіюючи вже існуючі моделі. Не можна не визнати, що жанр ток-шоу – лідер за своєю природою, це програма, яка повинна бити рекорди і вона робить це, її повально висока рейтинговість із самого початку закладена у законах жанру. Так само як і недовговічність. Як тільки ток-шоу починає втрачати позиції, одразу ж постає питання про заміну його новою програмою, новою ідеєю і новим яскравим телеведучим. Це загальносвітова закономірність. Через те з кожним роком з'являються нові телеформати, щоб підкорити вибагливого українського телеглядача.

Через те треба вітати появу питомо українського продукту, оригінальних креативних ідей, тим більше на теренах регіональних телеканалів, про вторинність та провінційність яких не вщухає полеміка.

Мета нового медійного телепроекту ЗОДТРК «Запоріжжя» – у прямому ефірі підсумовувати політичне «меню» тижня приготуванням певної кулінарної страви, щоб потім разом з експертами куштувати та коментувати як саму страву, так і політичні події їй присвячені.

Новий формат ток-шоу має жанровизначення «кулінарно-політичне», у ньому наявна жанрова дифузія елементів як розмови, так і шоу, що робить її інформаційно насиченою, «живою» та динамічною. Прямий ефір взагалі і у «ПолітВечері» особливо (бо програма містить складний компонент – політичні події очима журналістів та пересічних громадян), вимагає ретельної підготовки, виваженості думок та разом з тим легкості, динамічності, усталеного ритму ведення передачі.

Специфічне, актуальне, неординарне кулінарно-політичне ток-шоу «ПолітВечеря» за невеликий проміжок свого існування здобуло популярність та

завоювало глядачів. Такий варіант «кухонної» політики нівелює усталену традицію – про події політичного життя говорити серйозно і стримано. У ньому готують страву, яка чудово ілюструє та наповнює оригінальним смаком політичний простір Запоріжжя, області, держави, і якою ще й можна почастувати гостя студії – людину непересічну, духовно багату, приємну й цікаву у спілкуванні.

Аналіз нових форматів жанру ток-шоу має подальші перспективи дослідження, сприятиме формуванню іміджу окремих каналів, телепрограм та їхніх ведучих, поліпшенню фахової підготовки професійних тележурналістів і назрілої потреби удосконалення сучасного українського телебачення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Биканова А. Ток-шоу на українському телебаченні: специфіка функціонування/ А. Биканова // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія Літературознавство. Журналістика. – Дніпропетровськ, 2005. – № 4. – С. 36-40.
2. Борецкий Р. В Бермудском треугольнике ТВ/ Р. Борецкий. – М.: Издательство МГУ, 1999 – 276с.
3. Вартанов Г. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять / Г. Вартанов / За ред. проф. А. Чічановського. – К.: Грамота, 2005. – 64 с.
4. Зверева Н. Школа регіонального тележурналіста: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Зверева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
5. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов./ В. Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
6. Кузнецов Г. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие. Учебное пособие/ Г. Кузнецов. – М.: Издательство МГУ, 2004. – 396 с.
7. Мельник Г. Общение в журналистике: секреты мастерства/ Г. Мельник. – СПб.: Питер, 2005. – 217 с.

8. Олешко В. Журналистика как творчество. Учебное пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста»/В. Олешко. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 222 с.
9. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості/Д. Прилюк– К.: «Вища школа», 1983. – 280 с.
- 10.Самарцев О. Творческая деятельность журналиста. Очерки теории и практики: учебное пособие/ О. Самарцев; под. общ. ред. Я. Засурского. – М.: Академический Проект, 2007. – 528 с.
- 11.Степаненко О. Політичні ток-шоу: самопіар чи пошук істини?/О. Степаненко // Телекритика. – 2005. – № 5.– С. 36-37.
- 12.Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / Заг. ред. Ю. Бідзілі. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
- 13.Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е изд., перераб. и доп. / редкол. Г. Кузнецов, В. Цвик, А. Юровский. – М.: Изд.-во МГУ, Изд.-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.
- 14.Цвик В. Украинское телевидение: опыт, практика, проблемы /В. Цвик – К.: Мистецтво, 1985. – 186 с.
- 15.Яковець А. Розмовні видовища: визначення і класифікація /А. Яковець // Магістеріум. Випуск 22. Журналістика. – 2006. – С. 29-32.