

Руднева А.О.

Особливості шоутизації владно-опозиційних відносин в українському інформаційному просторі

Розглянуто відносини владних і опозиційних сил крізь призму явища «шоутизації». Визначено особливості такої комунікативної взаємодії на сучасному етапі розвитку української держави. Зроблено акцент на суперечливому характері впливу політичних ток-шоу на політичну свідомість і поведінку громадян.

Ключові слова: ток-шоу, шоутизація, влада, опозиція, ЗМІ, комунікація.

Рассматриваются отношения властных и оппозиционных сил сквозь призму явления «шоутизации». Определены особенности рассматриваемого коммуникативного взаимодействия на современном этапе развития украинского государства. Сде-

лан акцент на противоречивом характере влияния политических ток-шоу на политическое сознание и поведение граждан.

Ключевые слова: ток-шоу, шоутизація, власть, оппозиция, СМИ, коммуникация.

Investigated the features of the relations of power and the opposition in the light of the phenomenon of talk shows. The features of the communicative interaction at the present stage of development of the Ukrainian state. Emphasis is placed on the contradictory nature of the influence of political talk shows on political consciousness and behavior of citizens.

Key words: talk show, government, opposition, media, communication.

УДК 316.77:329.052(477)

Руднева А.О.,
кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри політології
Запорізького національного
університету

Сучасний глобальний інформаційний простір, що почав формуватися у світі разом із розгортанням і становленням інформаційної цивілізації, кидає виклик традиційним інститутам влади, які, своєю чергою, трансформуються, набуваючи все більше віртуального характеру. Це стосується і розподілу влади у суспільстві і боротьби за цей розподіл, який традиційно ведеться між владними та опозиційними інститутами. Наявність дієвої, не лише формально задекларованої опозиції є показником демократичності розвитку держави, а форми взаємовідносин між владою й опозицією відображають характер відносин у суспільстві: переважання конфліктних чи консенсусних взаємодій.

Особливістю XXI століття є процес медіатизації влади, перетворення її на продукт засобів масової інформації і комунікації, переміщення в так званий віртуальний, інформаційно-комунікативний простір. Результатом цих процесів є феномен шоутизації владно-опозиційних відносин. Дослідження зазначених тенденцій є особливо важливим для української держави в умовах модернізації і демократизації політичної системи, пов'язаних із нею відносин влади й опозиції, які можуть стимулювати або, навпаки, гальмувати просування нашої держави на шляху євроінтеграційних процесів.

Питанням «шоутизації», «карнавалізації», «видовищності», «перформансу» присвячені роботи зарубіжних і українських дослідників. Значний внесок був зроблений М. Бахтіним [1], Г. Дебором [3], С. Ільченком, Г. Маклюеном, С. Поцелусвим та ін. Серед українських науковців слід відмітити Ю. Голоднікову [2], яка акцентує увагу на шоутизації як процесі конструювання медіаігор; О. Косюк, що підкреслює стійку тенденцію спрямування політики до шоутизації і «майданності»;

О. Мальцеву [5], роботи якої є продовженням «концепції карнавалу» М. Бахтіна, де акцентовано увагу на поширенні «розважальної політики», що дає вихід народній енергії; Н. Островську [7], що досліджує процеси театралізації українського телевізійного простору та Д. Іванова, який пов'язує шоу із створенням політичного іміджу й символізацією політичного простору. Однак проблема вивчення процесів шоутизації в українському телевізійному просторі залишається відкритою, особливо дискусійними є питання щодо принципів, механізмів та моделей шоу-взаємодій влади й опозиції та їх впливу на аудиторію, політичну свідомість та поведінку громадян, політичну реальність загалом. У зв'язку із цим актуалізується дослідження особливостей і характеру взаємодії владних і опозиційних сил, що переміщуються в телевізійний простір та набувають форми шоу. Відповідно, метою статті є дослідження процесів «шоутизації», визначення її особливостей у владно-опозиційних відносинах в українському інформаційному просторі.

ЗМІ виступають простором комунікацій влади і суспільства, влади і опозиції. На сьогодні в Україні ЗМІ є невід'ємною складовою інформаційно-комунікативного простору, які усвідомлюються владою і суспільством як вагомий ресурс, що проникає у всі сфери буття та з великою ефективністю залучається до більшості соціальних і політичних проєктів, створюючи атмосферу реальної чи імітованої інтерактивності. Особливого значення набуває інформаційний простір, що за допомогою значного інструментарію створює принципово новий сегмент соціально-політичної реальності, відкриває нові горизонти для розвитку комунікативних взаємодій і політичної участі.

Із розвитком інформаційного простору і розширенням форм політичної участі спостерігаємо

метаморфози політичної влади та владно-опозиційних відносин, які ще пророкував Е. Тоффлер, що стають все більше «театралізованими», тобто, з одного боку, відносини політичних суб'єктів здебільшого переносяться в медійний простір, що сприяє процесу їх так званої «шоутизації», з іншого, громадяни є не тільки глядачами, а й самі стають частиною зазначених взаємодій. Шоу-технології, які застосовують у різних сферах життєдіяльності, перетворюються на засіб формування світосприйняття аудиторії.

Процес шоутизації передбачає створення інформаційного продукту – «ток-шоу», дане поняття можна розглядати як поєднання двох елементів: «ток» – розмова, діалог, бесіда, обговорення, полеміка і «шоу» – видовище, перформанс, екшн, скандал. Соціологи і політологи використовують термін «шоу» в широкому значенні – «...як принцип подання будь-якої інформації в ЗМІ, що проходить через усі жанри, стилі й канали і виявляє як свою відмінну рису стирання меж між інформуванням і розважанням медійної публіки» [7, с. 283]. У випадку політичного ток-шоу це орієнтація авторів на видовищність і розважальність інформації.

Шоу як видовище має церемоніально-ритуальний характер, представляє собою театралізовану гру із заздалегідь визначеним сценарієм і ролями акторів. І. Чайка, спираючись на концепцію М. Бахтіна, визначає ток-шоу як «карнавальну взаємодію». Дослідниця зазначає, що «участь у ток-шоу як засіб політичної участі залишається лише ілюзією. Ведучий ток-шоу виступає, якщо користуватися бахтінською методологією, в ролі блазня – карнавального короля, який на нетривалий час отримує найвищу владу над усіма учасниками карнавалу, незалежно від їх станової належності» [9, с. 308, 312]. При цьому глядачі виступають віртуальними опосередкованими учасниками шоу.

Шоу корелює із такими поняттями, як «видовище», під яким розуміється масовий вид дозвілля, організована публічна демонстрація соціально значимої поведінки. Це означає, що шоу має за мету максимальне привернення уваги, зацікавленість і залучення широкої аудиторії. У такому сенсі ми можемо розглядати шоу як своєрідне «розмовне видовище». Невипадково М. Недопитанський називає це явище «диявольським театром абсурду» [6].

Доречно згадати працю Г. Дебора «Суспільство спектаклю», в якій він акцентує увагу на перетворенні життя людини на інтегрований спектакль, «видовищний час», значну роль в якому зіграли ЗМІ. Він зазначає, що «...світ, демонстрований спектаклем, існує і не існує одночасно» [3, с. 19]. Автор підкреслює, що «...ми підписуємося на культурне споживання і купуємо спілкування як таке за допомогою різноманітних «ток-шоу» і «зустрічей із зірками». Однак чи не очевидно, що поді-

бний видовищний товар, яким нас пригощає спектакль, має настільки великий попит лише тому, що дефіцитом стала сама відповідна реальність?» [3, с. 56]. Г. Дебор послідовно доводить до висновку, що вистава – це стадія, на якій шоу стає всепоглинаючим елементом реального життя, тобто перетворення суспільства на «глядацьке» надає можливість ідеології видовищ конструювати суспільну реальність, що стало можливим завдяки новим комунікаційним технологіям.

Ще одне поняття, пов'язане з процесом шоутизації, – так звана «перформансна комунікація» (інші назви – «подієва комунікація», «перформансна комунікація», «сценарний підхід», «формування ряду подій»). Це PR-технологія, сутність якої зводиться до штучного, цілеспрямованого створення подій, ситуацій для привернення уваги громадськості. В англійській мові термін *performance* має багато значень: «вчинок», «дійство», «видовищність», «ритуальне видовище», «вистава», «спектакль», «концерт», а також «трюк» та «фокус». Засновник теорії перформансу Р. Шехнер визначає його як дію, яку демонструє одна група людей перед іншою» [4, с. 194]. Тобто для шоу, як і для перформансу, притаманним є видовищність і театралізація дійсності, в цьому значенні поняття є корелюючими, їх метою є штучне цілеспрямоване моделювання реальності.

Отже, під «шоутизацією» ми розуміємо процес конструювання визначених сценаріїв суспільно-політичного життя, метою яких є захоплення уваги аудиторії, що провокує глядачів залишатися пасивними реципієнтами, водночас це процес розгортання соціально-політичного діалогу в телевізійному просторі. Шоутизація, ця особлива технологія конструювання політичної реальності, все частіше використовується політичними суб'єктами нашої країни з метою досягнення різних цілей. Особливого звучання вона набуває у відносинах і взаємодії владних й опозиційних сил.

Загострення соціальних протиріч в українському суспільстві і боротьба політичних сил за визначення порядку денного сприяють шоутизації владно-опозиційних відносин в інформаційному просторі.

Для української держави жанр ток-шоу є свідченням політичного та ідеологічного плюралізму, демократизації інформаційного простору країни, розвитку комунікативних можливостей і форм діалогу між різними політичними суб'єктами. Програми жанру ток-шоу є невід'ємною складовою більшості всеукраїнських телеканалів: 5 канал – «Велика політика», «Досвід», «Клуб реформ», «Твоя влада», ICTV – «Свобода слова», 1+1 – «Право на владу», 112 Україна – «Чиста політика», 3S – «Шустер live», Інтер – «Чорне дзеркало», UA: Перший – «Дебати PRO», «Національні дебати»; ZIK – «Прямим текстом» тощо.

Учасники політичних ток-шоу змагаються за віртуальну владу серед глядацької аудиторії, яка за допомогою широкого інструментарію ЗМІ відчуває себе «залученою» до процесу обговорення питань у студії. Ефект присутності глядацької аудиторії виступає емоційно збуджуючим чинником, що може значно вплинути на залучення або, навпаки, відторгнення прихильників тієї чи іншої політичної сили. Як правило, в політичних ток-шоу актуалізуються гострі соціально-політичні теми, наприклад, відведення військ на Донбасі, наслідки введення візового режиму з Росією, результати мінських перемовин тощо. Це призводить, з одного боку, до залучення політично активної частини громадян до перегляду, постійної підтримки гостроти уваги протягом ефірного часу, з іншого боку, надає можливість представникам різних політичних сил висловити свою позицію з приводу тієї чи іншої проблеми, що беззаперечно буде впливати на політичні симпатії глядачів.

Великі рейтинги українських ток-шоу досягаються не згодою між учасниками дискусії, а стимулюванням конфлікту між опонентами, створенням соціального напруження, що дає право назвати владно-опозиційні відносини «політикою скандалу». Врешті-решт, конфлікт між опонентами призводить до зіткнення між українцями, розхитування суспільного устрою, виникнення економічних проблем. Деструктивний вплив політичних ток-шоу на суспільство не завжди є помітним. Проте відмітною тенденцією останнього часу є створення багатьох проектів на українському телебаченні, налаштованих на пошук конструктивних рішень виходу із системної кризи, в якій опинилась сьогодні наша держава, які передбачають залучення в студії експертів із різних галузей, журналістські розслідування тощо. Наприклад, «STOP корупції», «PrimeTime», «Re:форма» та інші.

Недостатня ефективність опозиційної діяльності в Україні позначається на особливостях шоу-взаємодії з владою в інформаційному просторі. Відповідно, можемо виділити певні особливості шоутизації владно-опозиційних відносин на сучасному етапі розвитку української держави:

1) значна кількість політичних ток-шоу на різних телеканалах, із різними форматами організації, що є свідченням розвитку свободи слова, плюралізму, демократичності в розвитку інформаційно-комунікативного простору;

2) домінування конфліктної форми взаємодії між владними та опозиційними силами як у реальному, так і в телевізійному просторі, низький рівень культури спілкування;

3) ігнорування владою опозиції, небажання йти на конструктивний діалог, співробітництво, акцентування минулого, помилок, пошук «винуватих» у критичному загостренні системної кризи в Україні;

4) загалом у шоу-відносинах влади і опозиції дві категорії отримують найбільшу вживаність

у мовленні політиків – це категорії «ми» і «вони». Таке позиціонування, на нашу думку, є свідченням відсутності прагнення до консенсусу і консолідації влади та опозиції у вирішенні значущих соціально-політичних питань. Дана особливість поглиблює фрагментованість суспільства, конфліктний характер інтересів різних груп і спільнот;

5) під час аналізу результатів діяльності того чи іншого політичного актора чи певної партії акцент робиться не на сильних чи слабких сторонах наслідків впроваджуваної політики, а, навпаки, опоненти намагаються висвітлити, як живе той чи інший кандидат, який у нього будинок, машина, літак, куди він їздить відпочивати і звідки на все це кошти. Тим самим діяльність людини як політика за професію змішується з особистим життям, що заважає й майже унеможлиблює об'єктивну оцінку професійності політика, якості його реформ і політичних дій. Усе це чинить свій вплив і на політичну свідомість громадян, які роблять висновки про того чи іншого лідера, спираючись не на показники практичної діяльності, а за рівнем матеріальних накопичень, подій із особистого життя тощо. Зазначена особливість є і наслідком, і результатом низького рівня політичної і громадянської культури українського суспільства;

6) недостатній рівень професійної компетентності політичних акторів, їх ціннісна роз'єднаність із ряду принципових питань внутрішньої і зовнішньої політики;

7) відсутність традицій опозиційної діяльності, недосконалість правової бази такої діяльності, що чинить свій вплив на механізми взаємодії влади й опозиції, на несформованість культури толерантності;

8) гостроту і високу динамічність шоу підсилюють результати соціологічних опитувань, симпатії чи антипатії учасників опитувань, емоційні реакції присутніх у студії на виступи політиків;

9) розповсюдженою є практика запрошення в студію експертів, викладачів вищих навчальних закладів, проте вони найчастіше залишаються лише глядачами і не завжди їм може надаватися слово;

10) поява ведучих, які використовують політичний гумор і сарказм у веденні шоу, що розряджає загострену чи конфліктну обстановку під час дискусії (наприклад, «Право на владу»);

11) недостатня розвиненість інститутів громадянського суспільства і відсутність досвіду громадянського контролю органів державної влади призводять до протиріч між змістом політичної діяльності правлячого класу та інтересами українського суспільства. На думку П. Кузьміна, реалії України полягають у «..низькій якості прийнятих політичних рішень, перманентній боротьбі політиків за владу, спрямованості їх до реалізації корпоративних, егоїстичних, а не суспільно значущих

інтересів, неузгодженості політичної діяльності із загальноновизнаними культурними й моральними цінностями» [8];

12) шоу-взаємодія влади й опозиції має більше розважальний, ніж просвітницький характер, часто містить елементи «легкого вирішення проблем», які ілюзорно розв'язують проблеми та кризи в Україні, проте переважно залишаються в межах ефірного часу і не втілюються в реальному житті.

Таким чином, ток-шоу як елемент розвитку демократії на сьогодні стали потужним інструментом маніпулятивних змагань. Шоутизація владно-опозиційних відносин має досить суперечливий характер у своєму впливі на суспільство. З одного боку, формує переважно «споглядальний характер» політичної участі, яка обмежується переглядом телебачення. Ток-шоу все менше виконують просвітительську роль в українському телевізійному просторі. Шоу, видовище, вистава, розвага – все це приваблює глядача, «присаджує», робить його залежним. Українці хочуть відволіктися від власних життєвих проблем і побачити, до яких сварок чи навіть бійок дійдуть обрані ж ними народні депутати. З іншого, є свідченням демократизації політичної системи, плюралізму думок. Водночас оптимізація комунікативних процесів призводить до налагодження діалогу, зворотного зв'язку, засвоєння досвіду демократичної політичної поведінки, що є елементами становлення громадянської культури влади і суспільства як невід'ємного атрибуту розвиненої демократичної української держави.

Політичне ток-шоу в українському телевізійному просторі при всьому характері його видовищності й театралізації є свідченням демократичних процесів у державі, розвитку громадянського суспільства, плюралізму суспільно-політичного життя, виступає засобом налагодження діалогу між владою і громадянами, створюючи умови розвитку «демократії участі». Перспективи подаль-

ших досліджень будуть стосуватися впливу шоутизації владно-опозиційних відносин на розвиток демократичної політичної культури українського суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М. : Худ. лит., 1990. – 543 с.
2. Голоднікова Ю.А. Политическое ток-шоу как всеукраинская медиаигра / Ю.А. Голоднікова // Ученые записки Таврического національного университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – Том 21(60). – № 1. – С. 268–276.
3. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертас, М. Якубович. – М. : Логос, 2000. – 184 с.
4. Ільницька У. Перформансна комунікація як політична технологія та складова іміджевої PR-стратегії збройних сил / У. Ільницька // Військово-науковий вісник. – 2009. – Вип. 12. – С. 189–200.
5. Мальцева О. Інформаційний простір сучасної України : політика як видовище / О. Мальцева // Схід : аналітико-інформаційний журнал. – 2009. – № 9(100). – С. 108–113.
6. Недопитанський М. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва / М. Недопитанський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/mdex.php?act=article&article=1363>.
7. Островська Н. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу / Н. Островська // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 282–290. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2014_13_41.
8. Саєнко І. Опозиційна діяльність як важлива складова політичної конкуренції в умовах демократії / І. Саєнко. // Політологічні записки. – 2013. – № 7. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2013_7_37.pdf.
9. Чайка І. Карнавальні аспекти політичного ток-шоу: соціально-філософський аналіз / І. Чайка // Гілея : науковий вісник. – К., 2010. – Випуск 34. – С. 307–314.