

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ
УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

УДК 791.075.2

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
СОЦІАЛЬНІ ТОК- ШОУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ:
ФУНКЦІЇ ТА МЕТОДИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ
(на прикладі телепрограми «Стосується кожного» телеканалу «Інтер»,
2013-2018 рр.)**

Галузь знань 02 Культура і мистецтво
Спеціальність 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»
другий (магістерський рівень) вищої освіти
Ступінь: магістр

Тітаренко Тетяна Анатоліївна

Науковий керівник:

Черкасова Наталія Олександрівна
Харківська державна академія культури,
старший викладач кафедри телебачення

Рецензент:

доктор філософських наук, професор
Стародубцева Лідія Володимирівна
Харківський національний університет ім.В.Н.Каразіна
завідувач кафедри медіа-комунікацій

Харків 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ	
ДОСЛІДЖЕННЯ	10
1.1. Історіографія проблеми. Джерельна база дослідження.	10
1.2. Методологія дослідження.	13
1.3. Понятійний апарат та гіпотеза дослідження.	15
ВИСНОВКИ ДО І РОЗДІЛУ	18
РОЗДІЛ ІІ. СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ	
ТЕЛЕБАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ	
УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ	20
2.1. Феномен телевізних «розмовних»	
програм: визначення та класифікації.	20
2.2. Проблематика та функції сучасних українських ток-шоу.	25
2.3. Взаємодія телеведучого соціального ток-шоу з аудиторією.	32
ВИСНОВКИ ДО ІІ РОЗДІЛУ	40
РОЗДІЛ ІІІ. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ ЗАСАДИ	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОК-ШОУ «СТОСУЄТЬСЯ КОЖНОГО» НА	
ТЕЛЕКАНАЛІ «ІНТЕР»	42
3.1. Структурно-тематичний аналіз та визначення суспільних завдання	
програми «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».	42
3.2. Соціально-комунікативна роль Андрія Данилевича в ток-шоу	
«Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».	67
3.3. Дослідження соціально-психологічних аспектів впливу на аудиторію	
ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».	72

ВИСНОВКИ ДО ІІІ РОЗДІЛУ.....	78
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Тема роботи пов'язана з необхідністю проведення системного та комплексного опису, аналізу явища соціального ток-шоу в практичній журналістиці, дослідження проблематики, завдань і основних засад функціонування сучасних телевізійних «розмовних жанрів», визначення їхньої соціальної ролі та взаємодії з аудиторією. Адже на даному етапі розвитку людства, телебачення має дуже вагомий вплив на формування суспільства, його потреб та інтересів, має велику комунікаційно-адаптивну функцію. Жанр ток-шоу має свою специфіку та низку особливостей, що робить його джерелом впливу на людські маси, а також постає дієвим стратегічним пристроєм для передачі інформації. Таким чином можна довести існування ток-шоу не тільки власне, як жанру, а також, як явища, що має певний процес та діяльність безпосередньо взаємодіючи з учасниками в реальному часі. Оскільки час технологічного прогресу призупиняє розвиток медійної досвідченості людства, актуальність обраної теми відповідає потребам сьогодення.

Також актуальність теми даної роботи зумовлена підвищеним рівнем інтересу до проблем масової комунікації загалом, її організації в контексті ефірного телевізійного спілкування, наявністю недостатнього дослідження особливостей структури і природи такого феноменального жанру як ток-шоу.

Аналізуючи роботу ведучого, нами обраний жанр ток-шоу, тому що він поліфункціональний. У дослідженні задіяна класична форма, яка розкриває ведучого як персоналію (соціальне ток-шоу). В обраних різновидах можна прослідкувати, як модератор свідомо провокує глядача на відповідну реакцію: знайти у вчинках головного героя гарні якості або заперечувати його позицію. Він робить це за допомогою певних обставин та

маніпулятивних технік, у яких зводить позитивних та негативних героїв разом.

У той час як ведучий транслює думки щодо теми випуску на аудиторію, на нього впливає формат програми, на який в свою чергу має вплив сценарист, режисер та продюсер. Взаємодія ведучого зі знімальною групою та телевізійною аудиторією обмежується розкриттям головного задуму проекту.

Професійність – це і є та складова, яка допомагає телевізійному ведучому буди на «своєму місці». Його місія – об'єднати аудиторію, незважаючи на її масштаб: обласна, регіональна, мікрорайонна, міська.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження – визначити та проаналізувати особливості українських телевізійних соціальних проектів, функції, проблеми та їх взаємодію з аудиторією (на прикладі ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер»). Дослідити та порівняти програми за: змістом, місцем основної події, головними героями, експертами, тривалістю та провідними меседжами випусків.

Для досягнення поставленої мети, було визначено низку завдань: проаналізувати феномен «розмовних» жанрів телевізійної журналістики, а також типи, функції і завдання ток-шоу, визначити соціально-психологічний аспект впливу телепроекту «Стосується кожного» на аудиторію, переглянути 25 найрезонансніших його випусків (в період з 2013 по 2018 роки), розробити структурно-тематичний аналіз проекту, дослідивши тривалість ефіру, учасників, головних героїв, експертів програми, і головну тему, виявити гостросоціальні питання, які піднімаються у ток-шоу, розробити алгоритм функціонування ток-шоу «Стосується кожного», дослідити діяльність телеведучого Андрія Данилевича та проаналізували його соціально-комунікативну роль в ток-шоу «Стосується кожного» та принцип взаємодії із зовнішньою й внутрішньою аудиторіями.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження в роботі є українське ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» (25 випусків в період з 2013 по 2018 рік) та інтерв'ю з експертом програми – експертом Інною Дончик і телеведучим проекту – Андрієм Данилевичем.

Предмет дослідження. Предметом дослідження виступають структурно-тематичні та жанрові особливості «розмовних програм», їхня суспільна роль на телебаченні, а також соціально-комунікаційні та психологічні методи впливу ведучого ток-шоу на глядацьку аудиторію.

Методи дослідження. Провівши глибоке опрацювання теми даної наукової роботи, ми звертаємо особливу увагу на методи нашого дослідження. До первинних відносимо такі, що обумовлюються, передусім, вивченням джерел, спостереженням, опитуванням тощо. Вторинні методи використовуються в роботі для обробки та аналізу отриманих результатів, тобто – кількісний і якісний аналізи та їх упорядкування: класифікація розважальних програм українського телебачення, структурно-тематична характеристика ток-шоу «Стосується кожного» з Андрієм Данилевичем на телеканалі «Інтер», розгорнутий структурно-тематичний аналіз соціального ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» в період з 2013 по 2018 роки.

Зазначаємо, що в роботі використовуються також графічні методи, які дають можливість отримати загальне уявлення про досліджуваний об'єкт і візуально зобразити його складові, причинно-наслідкові зв'язки, зміст та характеристику явищ. Це можна спостерігати в роботі, де надані: рейтинг перегляду ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» за аудиторією «16+» Індустріального телевізійного комітету України, або соціальний контент-аналіз програми «Стосується кожного».

Важливо акцентувати увагу на тому, що методи пізнання та дослідження теми даної роботи, також можна розподілити на загальні та спеціальні.

Отже, до загальних відносимо методи емпіричного дослідження, тобто: спостереження, порівняння, соціальні експерименти, опитування, вивчення рейтингів перегляду, як на телебаченні, так і в Інтернеті програми «Стосується кожного», аудиторію учасників та аудиторію гостей, експертів тощо. Також залучаємо методи, які поєднують у собі емпіричне і теоретичне дослідження. До них ми відносимо контент-аналізи ток-шоу, тематико-стилістичні дослідження даної соціальної програми та її редакції. На теоретичному рівні ми досліджуємо змістовний, структурно-діяльнісний підхід, функції та соціальний вплив проекту «Стосується кожного» на аудиторію, залучивши відгуки, фрагменти електронних листів, коментарі користувачів Інтернету на сайті телеканалу.

Спеціальні способи дослідження теми нашої наукової праці характеризуються своєю специфікою, що обумовлюється проведення соціального опитування в мережі Інтернет щодо значимості та необхідності функціонування даного ток-шоу, а також визначення його соціально-реабілітаційної ефективності.

Джерельна база дослідження опирається на наукові праці Яковця А.В., Шведової Я.В., Різуна В.В., Дмитровського З.Є., які висвітлювали професійну підготовку тележурналістів. Загальні та професійні компетентності майбутніх фахівців як базису їх професіоналізму вивчали Безпалько О.В., Костюченко О.М. Зміст і виразні особливості засобів масової інформації, пропаганду при відображенні дійсності аналізували Пенчук І.Л., Лизанчук В.В., Шаповал Ю.Г., Капелюшний А.О. Особливості формування та функціонування медіасередовища вивчали Бутиріна М.В., Гурчіані Х.Д., Іщук Н.М.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що на прикладі структурно-тематичного аналізу ток-шоу «Стосується кожного» було доведено важливість та необхідність існування проекту на українському

телебаченні і з'ясовано, що ток - шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» – є потужним, телевізійним механізмом впливу на аудиторію.

Уперше:

- створено структурно-тематичний аналіз випусків програми «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер»;
- досліджено соціально-психологічні аспекти впливу на аудиторію ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».

Удосконалено:

- дослідження соціально-комунікативної ролі телебачення в сучасному українському суспільстві;
- проблематику та функції сучасних українських ток-шоу.

Також наукова новизна полягає в тому, що теоретична складова дослідження ролі ведучого у сучасному українському телебаченні не має чіткої форми висвітлення у вітчизняних наукових джерелах. Обрана нами тема є паралеллю між канонами журналістської майстерності та потенційно новими формами піднесення телевізійної творчості у соціум. Завдяки цьому в ході власного дослідження такого гостро-актуального поняття, як ток-шоу, формується чітка модель розуміння принципу екранного віщання як з внутрішньої сторони, так і за зовнішніми аспектами, які дають змогу схарактеризувати роль телеведучого у сучасному телевізійному просторі.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що дана робота може бути використана в практичній діяльності для медійників, а також, як основа для розробки навчального курсу «Особливості українського телебачення та взаємодія ведучого з аудиторією» для студентів-журналістів.

Особистий внесок здобувача. Важливим фактором дослідження даної теми є те, що пошук, систематизація, класифікація, формування висновків, гіпотез та їх доведення було виконано самостійно. Публікації щодо теми магістерської роботи є одноосібними.

Апробація результатів дослідження. Наукові матеріали, результати досліджень та матеріали наукової праці були викладені та оприлюднені на Всеукраїнській науково-теоретичній конференції молодих учених «Культура та інформаційне суспільство ХХІ століття».

Публікації. Основні положення дослідження оприлюднені у науковій публікації «МЕТОДИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ (на прикладі телепрограми «Стосується кожного» телеканалу «Інтер», 2013-2018 рр.)»

Структура і обсяг роботи. Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел, літератури та додатків. Загальний обсяг роботи складає – 96 сторінок, основний зміст представлено на 82 сторінках, список використаної літератури містить 65 джерел.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історіографія проблеми. Джерельна база дослідження

В межах дослідження теми даної наукової роботи, ми звертаємось до першоджерел понять та історіографії термінів таких як «соціальна журналістика» та «соціальні ток-шоу». Так, журналістика безпосередньо несе свою основну соціальну місію, яка полягає у вирішенні таких завдань: надання допомоги людині, яка опинилась у критичній, часто несправедливій ситуації, розробка системи заходів вирішення життєвої проблеми, відкриття нових комунікаційних платформ для суспільства, освоєння нових життєвих реалій, морально-етична оцінка та підтримка суспільства.

Соціальну проблематику у ЗМІ досліджували Т. І. Фролова [56], О.В.Лаврик [43], Т. А. Голубенко [5], М. М. Хилько [58] та ін.

Соціальна проблема – це незадоволені повністю чи частково потреби та інтереси територіальної громади або її окремих складових, що сформульовані в загальному вигляді як певна соціальна задача, що потребує вирішення. У спрощеному вигляді соціальна проблема може бути визначена як невідповідність того, що маємо, тому, що необхідно [51].

Дослідниця О. Лаврик, розглядаючи варіативність підходів до визначення поняття «соціальна журналістика», виокремлює три підходи до його тлумачення:

1) соціальна журналістика як діяльність, предметом якої є соціальні проблеми й «хвороби» суспільства: становище різних потенційно вразливих соціальних груп (пенсіонерів, сиріт, багатодітних родин, переселенців тощо), дотримання прав людини, якість освіти й медичного обслуговування, погіршення екології тощо;

2) соціальна журналістика як атрибут соціальної політики, яку здійснює держава, виходячи з офіційно визнаної ідеології та моралі суспільства;

3) соціальна журналістика як сфера суспільної діяльності, яка формує основи цивілізованого суспільства, сприяє вирішенню соціальних проблем, допомагає людям приймати компетентні рішення на основі достовірної оперативної суспільно-значущої інформації, формує громадську думку, виконує функцію соціальної критики й контролю, а також є інструментом діалогу між різними соціальними групами [43].

У своїй науковій праці «Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум» М. М. Хілько наголошує, що в інформаційну добу масово-комунікаційні та соціально-комунікаційні технології стали найбільш потужними інструментами впливу, як на окремі соціальні групи, так і на суспільство в цілому [58]. Засоби масової комунікації продукують контент, який впливає на ціннісні орієнтації соціуму, формує певні типи культури і моделі поведінки [58].

Т. А. Голубенко у роботі «Алгоритм діяльності соціального журналіста на українському телебаченні» зазначив: «Втрата своєї основної місії – порушувати важливі соціальні питання, запрошувати професійних експертів, надавати людям, які стали героями програми, можливість не тільки виговоритися, а й отримати кваліфіковану і необхідну допомогу – вимагає від соціальних проектів впровадження нового, дієвого алгоритму, що забезпечить ефективне функціонування соціальних» [5].

Завдання сучасного журналіста не обмежується лише підготовкою та оприлюдненням матеріалів у засобах масової інформації. Сьогодні медіавники є не лише спостерігачами певної проблеми, але й можуть бути співучасниками у формуванні стратегії для реалізації змін у конкретній ситуації. В той же час дослідники акцентують увагу на тому, що не будь-яка медіа діяльність сприяє вирішенню соціальних питань/проблем, підтримує людей при ухваленні компетентних рішень, об'єднує, мобілізує різних людей та різні соціальні інститути навколо соціальних ситуацій, здійснює соціальну критику та запроваджує соціальну адвокацію [60].

Т. Фролова висловлює думку про те, що чимало дослідників тлумачать соціальну журналістику або надто вузько (тільки як сукупність текстів, що виражають проблеми соціально незахищених людей), або надто широко, що не дає змоги чітко зрозуміти її предмет. Обидва підходи, як стверджує вчена, спотворюють уявлення про соціальну журналістику. Тому дослідниця (представниця третього підходу) відстоює думку про те, що «повноцінна соціальна журналістика включає аспекти професійної журналістської діяльності: відображення у пресі проблем соціальної сфери у їх зв'язку з іншими сферами суспільного життя; аналіз будь-якої інформації з позицій суспільної більшості в інтересах розвитку всього суспільства, використання професійних ресурсів та особливих методів, які формують творчу своєрідність соціальної журналістики; залучення до інформаційного обміну самих громадян, створення їх власних інформаційних ресурсів» [56].

Яковець А.В., вивчав телевізійну журналістику, її теорію та практику [63]. Шведова Я.В., у своїй дисертації описувала формування професійної культури майбутніх тележурналістів у фаховій підготовці. У науково-популярному виданні директора інституту журналістики КНУ ім. Шевченка [61].

Зазначені вище твердження, дають нам підстави, щоб визначити «соціальну журналістику у ЗМІ і зокрема на телебаченні», як достатньо нову щаблину соціально-масових комунікацій з усіма її складними завданнями та алгоритмами. Однак, очевидно, що таке відгалуження медіа-сфери зосереджене на соціальний захист суспільства завдяки новим інформаційним ресурсам та інструментам.

Телебачення володіє технологією соціалізації суспільства. Воно визначає людські цінності, розділяє сприйняття аморального, та допустимого, формує процес думок та встановлює відповідне відношення до ситуацій, які висвітлюються. Американський вчений Дж. Гербнер наводить наступне визначення ролі телебачення в Америці: «...Телебачення — це найбільш потужне джерело загальних / поділених образів і повідомлень.

Це основна течія в загальному символічному середовищі, в якому ростуть наші діти, та в якому ми проживаємо наше життя» [5].

Як зазначає Н. Голядкин у роботі «Короткий нарис становлення і розвитку вітчизняного та зарубіжного телебачення», «...“Ера телебачення”, як вважають в США, почалася в 1952 році, коли була розморожена видача ліцензій на нові станції, а доходи телебачення від реклами вперше перевищили доходи радіо. ТВ потужно заявило про себе, показавши прямі трансляції зі з'їздів республіканської і демократичної партій. Телевізор, втім, купували переважно заради розваги, щоб дивитися популярні сімейні комедії за участю Люсі Болл або шоу знаменитого коміка Мілтона Берла. Тільки починаючи з 1963 року переважна більшість американців (сьогодні — дві третини) стали називати телебачення головним засобом інформації про події всередині країни і за кордоном. У той рік ТВ переконливо розкрило свої можливості за чотири дні безперервного освітлення обставин вбивства і похорону Дж. Кеннеді. Американська теледокументалістика переживала свій “золотий вік”» [6].

Отже, ми можемо побачити поступовий перехід від суто інтерактивного формату до інформаційно-аналітичного та розважального.

Тенденції розвитку модерації на телебаченні досліджує В. Демченко «Бурхлива трансформація телебачення на порубіжні ХХ-ХХІ ст.» саме і пов'язана із проникненням на телеекран масової культури з її особливими категоріями та законами (зокрема, з обов'язковим «зірковим» статусом особистості). Це продовжує приводити до суттєвих змін в образі сучасних телеведучих та вимогах до них. Не лише науковці, але й практики телебачення зрозуміли, що від образу ведучого та його сприйняття значною мірою залежить загальна оцінка програми, а отже, і її привабливість для глядача й ефективність. Це і спричинило експерименти із ведучими, здавалося б, найконсервативнішої програми ТБ — теленовин. На американському та західноєвропейському ТБ з'являються ведучі, що належать до інших рас (афроамериканці, вихідці з Азії та латинської

Америки), ширшою стає вікова й гендерна палітра, змінюється поєднання ведучих» [10, с. 5].

1.2. Методологія дослідження

Методологічною основою дослідження є певний комплекс наукових підходів та методів, застосування яких дозволило уникнути фрагментарності щодо вивчення даної теми.

До первинних методів відносимо такі, що обумовлюються, передусім, вивченням джерел, спостереженням, опитуванням тощо. Вторинні методи використовуються в роботі для обробки та аналізу отриманих результатів, тобто – кількісний і якісний аналізи та їх упорядкування:

- класифікація розважальних програм українського телебачення;
- структурно-тематична характеристика ток-шоу «Стосується кожного» з Андрієм Данилевичем на телеканалі «Інтер»;
- розгорнутий структурно-тематичний аналіз соціального ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» в період з 2013 по 2018 роки.

Зазначаємо, що в роботі використовуються також графічні методи, які дають можливість отримати загальне уявлення про досліджуваний об'єкт і візуально зобразити його складові, причинно-наслідкові зв'язки, зміст та характеристику явищ. Це можна спостерігати в роботі, де надані: рейтинг перегляду ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» за аудиторією «16+» Індустріального телевізійного комітету України, або соціальний контент-аналіз програми «Стосується кожного».

Важливо акцентувати увагу на тому, що методи пізнання та дослідження теми даної роботи, також можна розподілити на загальні та спеціальні.

Отже, до загальних відносимо методи емпіричного дослідження, тобто: спостереження, порівняння, соціальні експерименти, опитування, вивчення рейтингів перегляду, як на телебаченні, так і в Інтернеті

програми «Стосується кожного», аудиторію учасників та аудиторію гостей, експертів тощо. Також залучаємо методи, які поєднують у собі емпіричне і теоретичне дослідження. До них ми відносимо контент-аналізи ток-шоу, тематико-стилістичні дослідження даної соціальної програми та її редакції. На теоретичному рівні ми досліджуємо змістовний, структурно-діяльнісний підхід, функції та соціальний вплив проекту «Стосується кожного» на аудиторію, залучивши відгуки, фрагменти електронних листів, коментарі користувачів Інтернету на сайті телеканалу.

Спеціальні способи дослідження теми нашої наукової праці характеризуються своєю специфікою, що обумовлюється проведенням соціального опитування в мережі Інтернет щодо значимості та необхідності функціонування даного ток-шоу, а також визначенням його соціально-реабілітаційної ефективності.

1.3. Понятійний апарат та гіпотеза дослідження

Дослідження понятійного апарату зазначеної теми зумовлене метою та завданнями дослідження. Розглядаючи телебачення як соціальний інститут, Т. О. Дейнегіна описує цей термін наступним чином: «...телебачення — особливий чинник впливу на формування способу життя молоді: безпосереднім об'єктом дії ефірної продукції є як окремий індивід, так і велика група людей, що становлять аудиторію для того чи іншого конкретного напрямку телевізійного мовлення, видовищна специфіка якого «працює» не стільки на інформаційному, скільки на емоційно-почуттєвому рівні, який (іноді навіть без слів) закликає до «продиктованих» екраном способів життя та здоров'я, стилю поведінки, манери спілкування тощо та, головне, поняття про загальнолюдські цінності» [9, с. 251]. Оксфордський університет визначає поняття «маніпуляція» як процес впливу на об'єкти або спроможність керувати ними, за наявності підтексту, який не привертає особливої уваги, приховане керування та обробка.

У дослідницькій роботі розглядається соціально-комунікативна роль телебачення в українському суспільстві та специфіка роботи телеведучого Андрія Данилевича на прикладі телепрограми «Стосується кожного» у жанрі ток-шоу. Ток-шоу — це інструмент медіавпливу. Воно дає можливість передавати реципієнту необхідну інформацію за допомогою спілкування двох і більше конфліктуючих сторін.

Поняття «ток-шоу» з'явилося завдяки американському журналісту, телеведучому та режисерові Ф. Донахью. Його тлумачення мало наступний вигляд: «...ток-шоу (talk-show — розмовне видовище) — це розмовний телевізійний жанр, побудований в форматі питання – відповідь, з обов'язковою участю ведучого, глядачів у студії, компетентних експертів і гостей з цікавою історією» [42, с. 81].

Згідно з національною психологічною енциклопедією, «... ток-шоу – журналістський твір, при створенні якого використовуються певні виражальні засоби: наявність героя, що має проблему; експертів, які обговорюють цю проблему; глядачів, що беруть участь у створенні емоційного фону програми; артистичного ведучого, який модерує обговорення і задає в програмі напрямок обговорення відповідно до сценарію» [44, с. 476].

Поліфункціональність ток-шоу робить його одним з найбільш популярних жанрів на українському телебаченні. Сьогодні виділяють наступну класифікацію ток-шоу:

«...*телеміст* — варіант розмовного жанру типу ток-шоу, який використовує можливість видовищного протиставлення контрастних за ментальністю аудиторій, двох або більше, як правило географічно віддалених одна від одної, за допомогою техніки супутникового зв'язку» [39].

«...*теледебати* — варіант розмовного типу жанру ток-шоу або дискусії, який об'єднує елементи інтерв'ю, дискусії, репортажу, використовуючи видовищність передвиборної конкуренції кандидатів» [39].

«...*бесіда* — жанр аналітичної публіцистики. Діалог або полілог, іноді з використанням допоміжних кіно або фотодокументів (коротких сюжетів). Як правило, без вираженої конфронтації сторін» [39].

«...*дискусія* — жанр аналітичної публіцистики, як правило полілог за участю ведучого і не менше двох носіїв контрастних точок зору на якусь проблему суспільного життя» [39].

Досліджуваний жанр будується на засадах сценарної творчості. Теоретик сценарної майстерності А. З. Житницький визначає поняття «сценарій», як «...літературний твір, створений за законами драматургії. Тобто, це драматургічний твір, за яким створюється кінофільм, радіопередача, телепередача, масова театралізована дія» [13, с. 3]. Написання сценарію є обов'язковою умовою створення професійного продукту. Музичний відеокліп, реклама, екранізація твору, авторський короткометражний фільм, повний метр, телевізійна програма, концертна програма — все це має фундаментальну основу, яка є письмовим відображенням майбутнього видовища.

Історію сценарію для телебачення розглядає сучасний автор Г. М. Фрумкін. У праці «Сценарна майстерність: кіно, телебачення, реклама» автор вказує на те, що «...сценарій був чимось на кшталт технологічної інструкції. Окрім того, керівництво радянського телебачення та Главліт (цензура) вимагали сценарії, у яких би абсолютно точно, стенографічно було записано все, що відбувається та промовляється на екрані (відеозапису тоді ще не було). І цю вимогу було легше виконати, розписуючи програму у два стовпчики» [57, с. 224].

ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ

Дослідницька робота присвячена теоретичному обґрунтуванню соціально-комунікативної ролі українського телебачення в сучасному суспільстві та методам впливу телеведучого Андрія Данилевича на аудиторію. Роль телевізійного ведучого у екранному просторі поступово змінюється з певною динамікою відповідно до жанру, актуальності програми, у якій модератор виступає та амплуа, у якому він з'являється перед аудиторією.

Першоджерелом формування жанру соціального ток-шоу являється аудіовізуальний простір американського телебачення. Саме там зазначили нові межі, за які може виходити модератор у досліджуваному жанрі ток-шоу. Все це пов'язано з тим, що телебачення мало активний розвиток та вплив на населення США. Завдяки ведучому ми усвідомлюємо ступінь важливості питання, відповідно до реакції глядача, героя та експерта. Специфіка його оповідання залежить від мети автора: підняти інтерес реципієнта або змусити задуматися. Сценарист пропонує ведучому обставини за яких він вже обиратиме необхідну комунікативну поведінку.

Визначено поліфункціональність ток-шоу, що робить його одним з найбільш популярних жанрів на українському телебаченні. Сформульовано класифікацію ток-шоу, притаманну сьогоденню.

Виходячи з теми дослідження, випливає, що головною метою ведучого ток-шоу «Стосується кожного» є орієнтування не на індивідуальне сприйняття, а на соціально-типові особливості усвідомлення повідомлень масової комунікації, оскільки масова комунікація – це міжгрупове спілкування, а телеаудиторія при всій своїй зовнішній невизначеності, анонімності, володіє стійкими типовими характеристиками. Ведучий таким чином подає соціально-значиму інформацію, за допомогою, якої він несе трактування у низці питань, дій та запропонованих умов існування проблеми на сучасному українському телепросторі.

Ведучий ток-шоу виступає в якості людини, якій необхідно дійти істини, щоб допомогти розібратися головному герою в конфліктній ситуації.

Ток-шоу «Стосується кожного» – це інструмент медіавпливу. Воно дає можливість передавати реципієнту необхідну інформацію за допомогою спілкування двох і більше конфліктуючих сторін. Проблеми, які висвітлюються в даній програмі, обов’язково повинні бути вирішені.

РОЗДІЛ II

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

2.1. Феномен телевізійних «розмовних» програм: визначення та класифікації

Останнім часом телебачення стало невід'ємною частиною нашого життя. Завдяки йому ми цілодобово отримуємо оперативну, цікаву та важливу для нас інформацію. Телевізійний простір нині задовольняє соціальні, культурні та психологічні потреби людини, вносить в її повсякденний ритм життя різноманітність, комфорт, пізнання, і при цьому не вимагає особливих затрат, зусиль і проявів особистої активності [46].

Як вважає В. Бабенко, телевізійні шоу-технології, які застосовують у різних сферах життєдіяльності, перетворюються на засіб формування світосприйняття аудиторії: їх використовують задля досягнення інформаційної мети, посилення ігрового ефекту, зміцнення менеджменту, до якого все частіше звертаються медіа-технологи, як до засобу реклами, маніпулювання та розваги [7]. Сьогодні на просторах українського телебачення шоу-контент інтенсивно розвивається й стає важливою формою соціальної комунікації. Теперішні телересурси дедалі розширюють видовищну практику та пропонують глядачам продукт, де над інформаційністю та публіцистичністю домінує розважальність, що характеризується в суспільстві, як «індустрія розваг». Тому, у суспільному розумінні, шоу – це видовище, або вистава. Те саме можна сказати про кіно, і театр. На відміну від них, телебачення має свою специфічну природу, яка відрізняється від інших видів мистецтва.

Якщо ж звернутись до історії шоу-телебачення в цілому, то можна віднайти конкретно визначену ситуацію, яка сталась в Америці в кінці 50-тих років під час запису програми Уолта Діснея, де мова йшла про мультфільми майбутнього. Саме тоді автор «телевізійних казок»

показував публіці героїв мультфільмів у ескізах і цікавився глядацької думки, які подобаються, а які – ні. Популярними були типові квізи (запитання задавалося в студії, а відповіді від глядачів надходили поштою та в телефонному режимі) – так зароджувалось інтерактивне телебачення. Такі програми належали до розважального телебачення. Вже на той час існувала визначена класифікація подібних телевізійних проектів: ігри, вікторини, які активно популяризувались на заході.

В колишньому Радянському Союзі, поняття «шоу» вважалось «чужим та непристойним», пов'язаним з розбещеністю та аморальністю. Але у житті це виявилось зовсім не так. Адже, як зазначає доцент Могилянської школи журналістики Анатолій Яковець, англійська «to show» означає «показувати», а іменник «a show» – це те, на що можна дивитися, що розважає» [63].

Тому, телебачення, кіно і театр мають дійсно спільну характерну почуттєву, лаконічну знакову систему, є аудіовізуальними, існують одночасно в просторі і часі (на відміну від архітектури та музики). Над створенням вистави, кінофільму чи телепередачі завжди працює колектив, кожен член якого безпосередньо виконує свої функції у процесі. Отже, зважаючи на те, що телебачення – це також колективна творчість (як у процесі створення, так і в сприйнятті глядачами).

Тож, спробуємо класифікувати розважальні програми українського телебачення, що допоможе у нашій роботі краще усвідомити психологічні особливості сприйняття публікою тих чи інших телепередач, а виходячи з цього, і дослідити, якими особливостями обумовлена реакція глядачів [Додаток Д].

З поданих у таблиці типів розважальних телевізійних програм, особливу увагу присвічуємо ток-шоу. Саме воно стало найпопулярнішим феноменом та найяскравішою ознакою сучасного телебачення. Це – максимально персоніфікована екранна форма розмовної журналістики, що поєднує ознаки інтерв'ю, дискусії, які концентруються довкола особи

ведучого, за правилами асиметричної комунікації (комунікатор забезпечує напрям діалогу); також у студію запрошують гостей (героїв) – цікавих своїми вчинками, думками, способом життя; обов'язкова присутність у студії «внутрішніх глядачів» та компетентних експертів з певного питання [64].

Аналізуючи окремо ток-шоу, як жанр телевізійної журналістики, ми можемо спостерігати, що воно характеризується перш за все головною своєю рисою – видовищністю, а його складовими є такі елементи:

- ведучий - рефері (творча група, яка працює над програмою);
- учасник, або учасники (опоненти);
- «внутрішній глядач» (тобто глядачі, що спостерігають за дійством і розвитком подій у студії, які також можуть брати участь у дискусії);

За класифікацією Н.В. Вакурової та Л.І. Москвина, ток-шоу існують [55]:

- Соціальні («Говорить Україна», «Стосується кожного», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «ДНК»);
- Політичні («Право на владу», «Свобода слова з Савіком Шустером», «Депутатський звіт», «Зворотній відлік», «Пульс»);
- Ігрові («Найрозумніший», «Хто хоче стати мільйонером?»);
- Психологічні («Один за всіх», «Давай поговоримо про це?»);
- Змішані («Все буде добре», «Лабіринт»).

Варто зазначити, що в основу поданої вище класифікації закладається тематика програми та її зміст. Наприклад, в *соціальних ток-шоу* розглядаються гострі питання, пов'язані з побутом, дітьми та їх вихованням, нещасними життєвими випадками, хворобами, злободенними суспільними проблемами. *Політичні*, як вважає Андрій Куліков, дають висловитись і опозиції, і громадянському суспільству, а також показують глядачам справжні обличчя політиків [41]. *Ігрові* телепроекти мають пізнавальну функцію, під час перегляду яких, глядач, ніби залучається до студії і тим самим автоматично «перевіряє» свої знання, або в цікавій, розважальній

формі дізнається нового («Що? Де? Коли?», «Найрозумніший», «Хто хоче стати мільйонером» та інші). *Психологічні ток-шоу* вражають своєю видовищністю, такі програми створюються з метою моральної підтримки кожного, хто зіткнувся з життєвими труднощами. Ведучий та експерти-психологи розглядають складні ситуації, що відбуваються у суспільстві і разом допомагають виплутатись з проблеми герою («Один за всіх» та «Детектор брехні» з Дмитром Карпачовим тощо). *Спеціальні* програми розробляються з конкретним завданням для досягнення позитивного результату, наприклад: «Я соромлюсь свого тіла» (телевізійний медичний проект на каналі СТБ, який представляє собою українську версію британського шоу «Embarrassing Bodies»: найкращі лікарі України намагаються допомогти людям, життя яких зруйнувала, або руйнує певна хвороба) [53]. Але існують на українському телебаченні і *змішані шоу-програми*, які поєднують у собі декілька не лише видів ток-шоу, але і жанрів тележурналістики. Наразі серед них є популярні: «Все буде добре» на телеканалі СТБ, «Лабіринт» на телеканалі UA Перший, «Тема дня» - телеканал ОТБ.

Тому, очевидно, що ток-шоу – це яскравий приклад медіагри. Вони виконують суспільно-значущі функції, а саме: пізнавальну, інтелектуальну, розважальну, психологічно-реабілітаційну, культурно-мистецьку та видовищну.

Також важливим аспектом ток-шоу є те, що творчою групою в програмах всіх його «піджанрів», завжди враховуються інтереси та настрої телеглядача, який часто змінюється. В процесі обговорення серйозної теми використовуються невтомлювані для аудиторії форми: проекти розраховуються на емоційність, враження, експресію, постійні кульмінації. Глядач хоче говорити і слухати про те, що його цікавить на даний момент з максимальним відчуттям присутності його у студії.

В американських підручниках з телевізійної журналістики підготовку великого ток-шоу порівнюють з розробкою «плану бою». Якщо в

інформаційному інтерв'ю репортер і його співрозмовники виступають, як співробітники, яким треба вирішити спільне питання і в доступній формі розповісти про це аудиторії, то проблемні і портретні інтерв'ю у студії на ток-шоу завжди мають «пастки» несподівані для партнера [63]. У цьому і є драматургія та популярність даного жанру, що і пояснює сам дефіцит ведучих-інтерв'юерів. Щоб досягти відвертості та емоційного напруження під час бесіди, або дискусії, журналіст часто й успішно використовує усі свої акторські та психологічні ресурси. Власна зовнішність, зокрема погляд, надзвичайна зацікавленість, іноді співчуття або збентеження у потрібні на те моменти – будуть одним із головних інструментів комунікації. Часто корисно вдавати непорозуміння, щоб співрозмовник, або герой програми зміг краще висловитись чи пояснити ситуацію. Отже, роль ведучого в ток-шоу вважається провідною. Патрік Шародо розрізняє сім комунікативних ролей ведучого ток-шоу [55].

1. «Пісочний годинник»: ведучий обмежується репрезентацією теми передачі, наданням гостям права висловитись без попереднього «розігріву». Така комунікативна роль позбавлена індивідуальності, що фактично суперечить природі телевізійного ведучого ток-шоу. Таким постає ведучий переважно в теледебатах.

2. «Координатор»: ведучий представляє тематику програми, ставить гостям питання на предмет озвученої теми та працює за прописаним сценарієм не висловлюючи суб'єктивних думок.

3. «Інтерв'юер»: ведучий ставить гостям прямі питання, щоб дізнатись думки запрошених до студії гостей з певної проблеми. Він максимально має продемонструвати публіці свою високу обізнаність з метою досягнення довіри аудиторії.

4. «Провокатор»: передбачає високу активність ведучого в підготовці ток-шоу та його організації. Він епатує, провокує, зіштовхує між собою гостей з протилежними поглядами на проблему, слідкує за розвитком подій, контролює їх, вносить в дискусію елементи інтриги та видовищності.

5. «Викладач»: ведучий грає цю роль під час бесіди з героями, аби пояснити суть, зміст теми, розширити її та дослідити. Він залучає до розмови численні засоби експлікації, як невербальні (фото, відеоматеріали, титри, «бігову стрічку»), так і вербальні, а саме: інтерпретаційні мовленнєві акти.

6. «Простак»: головне завдання ведучого у цій ролі – максимально розговорити гостя, отримати від нього інформацію особистісного характеру. Основними його мовними засобами є репризи, питання-повтори, спільний зі співрозмовником код і тональність мовлення, абсурдні судження – прийом «удаваної наївності».

7. «Комік»: у цій ролі ведучий ток-шоу може пошуткувати над кимось, або поглузувати з чогось, користуючись стилістичними мовними засобами: іронією, сарказмом, антитезою, емоційно-забарвленою тезою, тощо [62].

Сучасному тележурналістові, телеведучому, як вважає Анатолій Яковець, за будь-яких обставин, треба мати, в першу чергу, чітку громадянську позицію, але, не завадить і життєвий досвід. Це дасть йому суспільно необхідне право – нести з екрану об'єктивну та чесну інформацію. І яку б роль не «приміряв» на себе ведучий ток-шоу (найрейтинговішого сучасного жанру телевізійної журналістики), основна його роль – залишатись людиною з високими моральними принципами і популяризувати це у суспільстві.

2.2. Проблематика, типи та функції сучасних ток-шоу

У нашому дослідженні ми вже зазначали, що ток-шоу завжди притаманна видовищність. Серед жанрових ознак ток-шоу науковці з соціальних комунікацій виокремлюють мотивацію змагання і динаміки – те, що відображає гру. У життєвій практиці ігрова діяльність має розважальну, комунікативну, діагностичну, ігротерапевтичну функції; функцію

самореалізації; функцію соціалізації та корекції. Саме це і належить до базису медіагри [48].

Популярність даного жанру телевізійної журналістики обумовлюється своєю екранною ефективністю, показовістю, динамічністю, що вдало опановує та регулює масову свідомість. За допомогою «експресивної картинки», ток-шоу формують громадську думку, прищеплюють стереотипні мислення, маніпулюють поглядами та нав'язують модель поведінки людини.

У своїй статті «Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва» Недопитанський М. І. зазначає, що автори даних проєктів задля «оволодіння» людською свідомістю, вдаються навіть до скандальних сценаріїв, створюють на знімальному майданчику «театр абсурду» [46]. Телекритики спростовують таке розуміння, адже вважають, що вплив подібних програм виховує в суспільстві цинічне та двоєдушне. У свою чергу, психологи стверджують, що конфліктні та драматичні сцени в ток-шоу дають можливість глядачеві відчувати себе у ролі судді і справедливо розібратись в ситуації, що підкреслює утворення ілюзії його причетності до обговорення актуальної проблеми у студії. Спостерігаючи за розгортанням теми і змісту програми ми підсвідомо асоціюємо себе з героями, експертами чи ведучим, що викликає у нас різноманітні емоції та хвилювання – згоду, обурення та заперечення, наприклад: «Він має рацію!», «Саме так», «Я теж так вважаю», «Це – нонсенс!», «Нісенітниця!», «Ну що він таке говорить!», «Це – неправда. Існують інші варіанти!» тощо. Студійна масовка створює ефект віртуальної присутності, а режисери й оператори майстерно вихоплюють зосереджені й вдумливі вирази обличчя для підсилення у глядача відчуття співпереживання [46].

Сьогодні на українському телебаченні найпопулярнішими та найрейтинговішими ток-шоу є: *соціальні* «Говорить Україна» на телеканалі «Україна», «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер», «Один за всіх» на телеканалі «СТБ» та *політичні* – «Велика політика» на телеканалі «ICTV» і

«Свобода слова з Савіком Шустером» на телеканалі «Інтер». Політичні телепроекти є гібридним жанром, в якому інформативність і розважальність зумовлені технологіями, що прямують за психологією глядача [4].

В Україні вперше суспільно та масштабно була привернута увага до ток-шоу наприкінці 2004-2005 років, в якому простежувалась публічна боротьба політиків. Тоді це вважалось, як частина розвитку демократії у державі. Але на сьогодні, це – спосіб політичної маніпуляції, залякування, або пропаганди. Соціальні ж ток-шоу, як пише у своїй статті «Алгоритм діяльності соціального журналіста на українському телебаченні» Голубенко Т.О., в змозі реалізувати свою соціальну місію [5]. Автор зазначає, що єдина мета більшості з них – викликати відповідні емоції (сум, радість, здивування, агресію, гнів) у представників телевізійної аудиторії. Як показує журналістська практика, учасникам соціальних ток-шоу редакторська група не розповідає, з якою метою їх запрошують до студії, оскільки неможливо контролювати та передбачити поведінку людей у тій чи іншій ситуації, яка інколи буває критичною, або конфліктною. Негативним фактором, як для організації запису програми, буде заздалегідь озвучена герою тема, зміст та учасники випуску, адже такий комунікаційний підхід є етичним по відношенню до людини, але він не гарантує у подальшому його присутність та співпрацю з редакторами. Герой може переосмислити свою роль, відповідальність, переживання та відмовитись від зйомок, що позбавить програму «видовищності», «інформативності», та «правдивості». Про це також говорить і перший ведучий соціального ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» Сергій Дорофєєв: «Усім, хто працює в галузі телебачення добре відомо, що героям таких ток - шоу і у Росії, і у нас, в Україні продюсери майже ніколи не повідомляють мету їх появи в ефірі» [1]. Також телеведучий обурений тим, що емоції в подібних ситуаціях дійсно забезпечені для програми, проте яким шляхом вони отримані? Сергій Дорофєєв стверджує, що Україна та Росія у розвитку журналістики, в порівнянні із США, Заходом дуже відстають. Пострадянський простір

інертно торкається поняття «журналістської етики та моралі». Ніхто у нашій країні не несе відповідальність, наприклад за те, що людину, яка у студії втратила свідомість, знімають кілька камер і ця картинка демонструється великій аудиторії. В Америці ж за подібні витівки редакторської групи, вважає Сергій Дорофєєв, телеканал (у кращому випадку) відшкодував би моральні збитки. На сьогодні, це – великий недолік у функціонуванні ток-шоу, особливо соціального спрямування.

Відомий телеведучий Олександр Винокуров, стверджує, що на превеликий жаль, сьогоднішні телевізійні проекти суспільно-політичного характеру тематично та структурно мігрують з професійної журналістики в кіносеріали, де над розглядом та вирішенням реальної життєво важливої проблеми домінують сенсації, бійки, сварки, любовні інтриги, – таким чином відбувається нехтування поняттями про приватність, громадську мораль та етику. У професійному журналістському колі подібні програми називають «псевдосоціальними».

Попри певні проблеми ток-шоу, Сергій Дорофєєв зауважує, що деякі з них все ж таки мають суспільно-корисну місію: «Якщо говорити про «Стосується кожного», то я задоволений десь кожною п'ятою програмою. Ці ефіри носять прикладний характер. Цікаво, що показники у цих програм так само високі, як і у решти «гучних» випусків, де герої просто сваряться» [1].

Втрата свого основного завдання – порушувати важливі соціальні питання, запрошувати професійних експертів, надавати людям, які стали героями програми, можливість не тільки виговоритись, а й отримати кваліфіковану і необхідну допомогу – вимагає від соціальних проектів впровадження нового, дієвого алгоритму, що забезпечить ефективне функціонування соціальних медіа продуктів на українському телебаченні [5].

За словами другого ведучого ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» Андрія Данилевича, аби уникнути «кіносерійності» та

журналістської «пародії» на ток-шоу, редакторському колективу необхідно, ще до моменту створення проєктів починати із завдань та мети «до продакшен», щоби не втратити соціальної (політичної, спеціальної та психологічної) місії і реалізувати у повному обсязі свої тележурналістські функції:

1. Функція формування, поєднана із збільшенням та (або) зміною бази знань у представників аудиторії («Стосується кожного»).

2. Аналітична функція: аналіз того або іншого факту авторитетної особистості чи експерта, що завітав до студії.

3. Функція виховання, поєднана з формуванням або зміною інтенсивності і спрямування визначеного типу завдань.

4. Функція розваги, яка визначається комплексом психологічних та фізіологічних характеристик за допомогою ефектів відволікання, перемикання уваги глядача – створюється ситуація для вивільнення почуттів.

5. Функція комунікації, що характеризується підсиленням, підтримкою або послабленням зв'язків між представниками аудиторії.

Зазначені Андрієм Данилевичем функції вказують на те, що жанр ток-шоу, який сам по собі є системою та володіє складною телевізійною структурою, реалізує усі функції соціально-масових комунікацій: *інформаційну, аналітичну, виховну, розважальну, комунікативну.*

Варто зазначити, що формулюються в сучасних українських ток-шоу найрізноманітніші теми, проте найчастіше приділяється увага політиці, сімейним і дитячим проблемам. Телебачення починає виконувати свою виховну функцію вже відтоді, коли впливає на аудиторію мовою, що лунає з екрану, манерами поведінки у кадрі ведучого, учасників програми, присутністю в ефірі людей, які представляють для публіки себе експертами, або інтелігенцією, тобто авторитетними і впливовими особами.

Ця нав'язлива місія визначає не тільки ступінь витримки до багатообразності інтересів і поглядів глядачів, але й міру нетерпимості до прояву аморальності, відсутності смаку, цинізму тощо [2].

Можна схематично розглянути ток-шоу на зображенні, де більш ретельно охарактеризовано журналістську телевізійну програму [Додаток А].

Мовленнєву ж політику формують не індивідуальні вподобання працівників телебачення, які відповідають за окремі програми, а традиції національної та світової культури з її представленням про основні суспільні цінності. Кожна запропонована тема для обговорення у студії формулюється відповідно до інтелектуального рівня гостей.

Проблема сьогоденного українського ток-шоу полягає у тому, що все частіше молоді телеведучі під час ефіру вагаються, починають з усім погоджуватись, або навпаки категорично заперечувати думки гостей, забуваючи про свою роль – модератора та комунікатора, що призводить до небажаних і негативних ефектів.

Позиція ведучого-інтерв'юера вищого класу щодо співрозмовника може бути різною – від глибокого співчуття до жартівливого перемовляння, але в будь-якому разі з перших фраз повинен встановлюватись певний ґрунт для комунікації; кіплінгівське «ми з тобою – однієї крові» – найкращий варіант (для психологічного портрету). Для ведучого ток-шоу найголовніше – розкрити інтелектуальну наповненість і суто людські параметри. Журналіст усім своїм виглядом має зображати увагу і розуміння до співрозмовника, адже він виступає від імені тисячі глядачів.

Також слід зазначити, що на функціональну складову можуть впливати внутрішні моделі впливу на аудиторію. Видовище, без якого не обходиться жодне ток-шоу, ґрунтується на конфлікті. Він не постає у формі сварки двох або більше героїв, а з'являється як суспільно-важлива тема, яка спонукає до появи протилежних поглядів і провокує до їх зіткнення. Вона

зображується у підводках ведучого, у його питаннях, у додаткових фото та відеоматеріалах, які передбачають необхідну реакцію.

У драматургічну основу досліджуваної нами програми у жанрі ток-шоу сценаристом закладено конфлікт, який починає свій розвиток з того моменту, коли ведучий позначає тему випуску і починає рости в міру вступу в участь дискусії героїв. Він досягає свого апогею в той момент, коли всі учасники, з різними точками зору на одну й ту ж проблему отримали можливість висловити свою думку. Зіткнення інтересів та всі можливі сутички під час ефіру провокують різкий стрибок в динаміці розвитку драматургічного конфлікту, підвищуючи медіа-ефект екранного продукту.

Нами було досліджено специфіку цього процесу в конструкції сценарію ток-шоу [Додаток Г].

Ведучий бере на себе роль людини, яка сприяє зростанню рівня напруги в студії під час обговорення теми, проте він ніколи не буде дотримуватися якоїсь певної точки зору. Його завдання за допомогою провокаційних питань та іронічних висловлювань підвищувати психологічний тиск на гостей програми, у наслідок чого, опоненти (герої) стають справжнім джерелом конфлікту замість того, який був закладений в основу сценарію. У сукупності вони дають необхідний медіа-ефект, під впливом якого, глядацька зацікавленість до програми зростатиме.

У контексті посилення, яке отримуватиме глядач під час перегляду ток-шоу, його сприйняття проблеми відносно суспільних норм може змінитися, так само як і поведінка. Важливою складовою журналістської майстерності є розуміння природи конфлікту. Саме ведучий є дійовою особою, яка зазначає лінію конфлікту у програмі, поєднуючи нею усіх дійових осіб.

Напруга, яку глядач відчуває під час перегляду ток-шоу є показником зацікавленості, так як емоції, які йому доводиться переживати є непідробними, а це значить, що продукт чіпляє його інтерес.

Однак, незалежно від трактування процесу драматургічного розвитку програми, ми розуміємо, що причина зацікавленості залишається незмінною

— напруга (конфлікт). Природа ток-шоу побудована на підтримці стабільної напруги, яка на певних етапах програми зростає. Саме ця стабільність призводить глядача в закріплений стан, утримуючи його інтерес до завершення програми. Як тільки процес перейде в циклічну форму, глядач піде з каналу. Для підтримки інтересу, був створений драматургічний конфлікт, який є «запасним» інструментом впливу на емоційний стан глядача. П. Вінтерхофф-Шпурк називає процес зацікавленості — «активацією». Вона відбувається тоді, коли глядач знаходиться в пошуку «гострих відчуттів» і потрапляє на програму з відповідним форматом. Він встановив, що інформаційні програми (в нашому випадку ток-шоу) викликають більш велику активацію ніж бойовики чи комедії. Глядача утримує хвилююча інформація, що містить у собі щось нове, що має сильний характер. Під цей опис підходить жанр ток-шоу, так як він потребує наявності соціально-значущої проблеми, яка закладена в основу сценарію та є поштовхом для розвитку драматургічного конфлікту. Отже ми бачимо, що цей структурний елемент існує з метою підвищення медіаефекту екранного продукту.

2.3. Взаємодія телеведучого соціального ток-шоу з аудиторією

У своїй науковій праці «Социально-педагогические аспекты телевидения и тележурналистики» Шведова Я.В. зазначає, що основним об'єктом впливу тележурналіста є телеаудиторія – люди, які в даний момент сидять у телеприймачів, дивляться і слухають телепередачі [61].

Поняття «аудиторія» пов'язано з уявленням про масу людей, безпосередньо ввімкнених в процес сприйняття інформації. Телевізійний журналіст (ведучий) повинен добре орієнтуватись у студії та відчувати особливості різноманітних настроїв аудиторії, з якими він працює.

В першу чергу, варто відмітити значимі характеристики телеаудиторії: її розміри і неорганізований, стихійний характер. Звідси випливає невизначеність її меж і багатогранність соціальної складової.

Аудиторія, на думку Грушина Б. є одним з різновидів маси як суб'єкта суспільної свідомості [8]. Ця маса має наступні ознаки:

1. Статистичний характер маси (коли думки суспільства співпадають з провідною ідеєю програми і прирівнюються до дискретних одиниць).

2. Ймовірна природа маси. Вона знаходить своє вираження у тому, що суспільство має неупорядкований, випадковий характер, що призводить до відкритих, розмитих, пульсуючих меж, кількісно і якісно невизначений склад.

3. Ситуативний характер існування маси. Вона завжди є нестійким та нестабільним утворенням.

4. Гетерогенність складу маси. Ця маса має відверто позагрупову природу, порушує межі між усіма існуючими в суспільстві соціальними, демографічними, релігійними, політичними, освітніми колами [8].

Телеаудиторія безперечно володіє усіма перерахованими вище ознаками. Вона існує як реальність, яка утворена в процесі взаємодії з тим або іншим комунікаційним ресурсом. До її складу входять як окремі люди, так і найрізноманітніші групи (великі й малі). Кожен телеглядач осмислює інформаційне повідомлення по-своєму, на підґрунті власного, соціального досвіду.

Саме тому, телеведучий повинен орієнтуватись не на індивідуальне сприйняття, а на соціально-типові особливості усвідомлення повідомлень масової комунікації, оскільки масова комунікація – міжгрупове спілкування, а телевізійна аудиторія при усій своїй зовнішній невизначеності, анонімності та розосередженості володіє стійкими типовими характеристиками, знання яких необхідне для ефективного функціонування телебачення [53].

В дослідженнях телеаудиторії найбільш важливими факторами є вік, рівень освіти, стать, професійні та національні ознаки. Такий аналіз та моніторинг демонструє суттєву різницю тематичних вподобань і в об'ємах

споживаної інформації чоловіками та жінками з однаковим рівнем освіти. Наприклад такі теми як культура, мистецтво, література, питання медицини та охорони здоров'я можна віднести до більш «жіночих», а програми, пов'язані зі спортом, промисловістю, мисливством, будівництвом та політикою – до «чоловічих» [49].

Дослідження Шведової Я.В., вказують на те, що сучасному суспільству найбільш цікаві теми: музика, мода, кримінал, наркоманія, сексуальні стосунки, – все те, що в колишньому Радянському Союзі практично вважалося за табу. Молодь особливо не занурюється у світ політики, релігії та історії, так як це не приносить особливо піднесених вражень.

Як бачимо, глядачі виявляють цікавість до всього таємничого, нового, унікального, за допомогою телебачення, яке сформувалося у людей за останні десятиліття.

Сильно впливають на аудиторію експресивно виражені слова, фрази, наприклад: «екстрений випуск», «надзвичайна пригода», «замах», «вибух», «вбивство», «землетрус», «аварія», «катастрофа», «незвичайне явище», «дивовижний випадок», «революційне наукове відкриття» тощо.

Попри специфіку телебачення, де головне – «картинка», яка дає глядачеві можливість відчувати себе учасником подій, основний спосіб впливу на аудиторію поступово змінюється на звуковий, слухаючий. За словами Саруханова В.А., найбільш вражаючими для «телеслухачів» є звуки вибухів, пострілів, а також звуки, які носять еротичний характер [50].

Проте, відмінність ток-шоу від інших телепередач полягає у тому, що даний жанр – є контактною програмою, в основі якої лежить спілкування. І оскільки воно називається «екранною формою», то особлива роль у ньому відводиться ведучому. Дійсно, саме він оголошує тему для обговорення, експліцитно чи імпліцитно подає інформацію, підбиває підсумки в кінці передач; надає право слова гостям, визначає черговість їхніх виступів, перериває виступи, спрямовує розвиток діалогу та багато іншого [41].

За словами Бурмаки М. В., у «продуктивного» спілкування ведучого з «зовнішньою» (телеглядачі) та «внутрішньою» (учасники, герої, гості в студії) аудиторією існують свої правила:

- триматися на рівних із співрозмовником;
- дотримуватись етики розмови;
- володіти біографією свого співрозмовника;
- вміти підтримувати бесіду на різноманітні теми, не втрачаючи контролю за перебігом подій у студії;
- намагатися зрозуміти людину в конфліктних вчинках і її позицію;
- не боятися гострих і провокуючих запитань за будь-яких обставин, принаймні поважати думку запрошеного [3].

Як і в будь-якій телевізійній діяльності, вдале інтерв'ю – результат тривалого планування і миттєвого реагування. Ведучий-інтерв'юер повинен бути максимально «в темі», щоби дозволити своєму співрозмовнику будь-які відхилення, але врешті-решт, підкорити розмову згідно власного стратегічного плану. Проте варто не плутати поняття «володіння» спілкуванням з аудиторією чи співрозмовником з «тиском» ведучого на людину. У своїй науковій праці «Алгоритм діяльності соціального журналіста на українському телебаченні», Голубенко Т.А. пише, що самогубство учасника телевізійного шоу «Один за всіх» (телеканал «СТБ») у 2013 році викликало неабиякий ажіотаж, як серед глядачів програми, так і серед незацікавлених громадян, які жодного разу не переглядали ані це телешоу, ані будь-які інші, схожі за тематичним і психологічним навантаженням. Критики програми звинуватили у цьому ведучого проекту Дмитра Карпачова. Мовляв, тиск, який журналіст здійснював на учасника ток-шоу в студії не минув безслідно [5].

Автор зазначає, що майже у кожному сучасному ток-шоу (здебільшого соціального характеру) існує загроза психологічного навантаження на аудиторію чи конкретного учасника програми, саме тому у студії мають працювати окрім ведучого, який має виступати в якості модератора, ще і

фахівці різних галузей: психологи, юристи, педагоги, різні публічні та посадові особи. Саме їм належить завдання адаптувати героїв та глядачів до формату телепередачі, її теми та змісту. Наприклад, психологи ток-шоу «Стосується кожного» працюють з учасниками програми до, під час і після ефіру, і більше того, простежують, як змінились їхні долі після випуску. Існують випадки, коли подія настільки динамічно розвивається, або ведеться журналістське розслідування, що тематика ток-шоу має «екранну серійність» і в подальшому розгортається з більшими деталями та доповненнями. Як наприклад випуски: «Врятувати маму» («Стосується кожного», ефір від 6 грудня 2013 року), «Життя за життя» («Стосується кожного» 15 січня 2014 року), «Усім світом» («Стосується кожного», ефір від 18 лютого 2014 року), «Живі клітини» («Стосується кожного», ефір від 28 лютого 2014 року), «І у горі, й у радості» («Стосується кожного», ефір від 13 березня 2014 року), «Зцілення любов'ю» («Стосується кожного», ефір від 25 вересня 2015 року) та багато інших.

Такі випуски однозначно мають соціальну місію і це завдяки клопіткій роботі редакторського колективу, експертам і зокрема – ведучого.

Саме він регулює розвиток події у студії і від нього залежить вплив і результат ток-шоу. Він працює з декількома аудиторіями: «внутрішньою», «зовнішньою», а також з гостями-експертами і головними героями програми. Тому ведучий (соціального ток-шоу) має враховувати:

- вікову категорію аудиторій, що сприймає інформацію (а за дослідженнями TNS - переважно, це вік від 16 до 60 років);
- рівень інтелекту та освіти аудиторій (у середньому – це люди з середньою та вищою освітою, переважно домогосподарки, педагоги, батьки, пенсіонери, соціологи тощо);
- стать (соціальні програми цікавлять переважно жіночу аудиторію);
- соціальний рівень аудиторії (в більшості, подібні проекти створюються для людей з середньо-соціальним рівнем життя);

Шандеровський К. С. у своїй збірці навчально-методичних матеріалів і наукових статей «Медіакомунікації та соціальні проблеми» визначає основні методи вдалої взаємодії ведучого соціального ток-шоу з аудиторією. До них автор відносить [60]:

1. Подолання п'яти «С» (сенсація, скандал, смерть, страх, секс) та зміна їх на три «Д» (добро, допомога, довіра).
2. Співучасть і співпереживання з учасниками програми.
3. Демонстрація і захист моралі, культури, ясності і чіткості мови та намірів.
4. Дотримання балансу та об'єктивності щодо аудиторії.

Мета співучасті ведучого полягає у налагодженні комунікації між пересічною людиною і чиновниками, державними, комунальними, громадськими, благодійними, приватними інститутами. Він сприяє вирішенню соціальних проблем вузького спрямування і стимулює людей до самостійної участі у подоланні власних психологічних бар'єрів [5].

Ведучий, зокрема соціального телепроекту, має роль не просто модератора, чи комунікатора, але й соціального педагога, лікаря. Він повинен бути компетентним на предмет теми, «трансляючи» виключно об'єктивну, збалансовану, достовірну та перевірену інформацію та керуючись основною вимогою Гіппократа: «Не нашкодь!» та «Допоможи!». І так як ця людина – завжди публічна, вона приречена на довіру мільйонів глядачів. Телеведучий має усвідомлювати, що до нього прислухається велика аудиторія, його у чомусь наслідують, він має бути взірцем для суспільства. Тому журналіст ток-шоу зобов'язаний відчувати свою відповідальність перед телеглядачами за кожну свою емоцію, міміку, слово, рухи, поведінку. Для успішної взаємодії з аудиторією ведучий не просто повинен бути відвертим та щирим, він має керуватись і власним життєвим досвідом, своєю мудрістю. Він повинен бути і психологом в студії, щоб зважати на ту чи іншу позицію гостей чи героїв програми, що підкреслить його високопрофесійність та журналістську майстерність.

Соціальне одужання людини та співучасть – єдина мета, до якої має прагнути соціальний телеведучий у своїй діяльності, а соціальна відповідальність – запорука чесної, професійної та ефективної журналістики [5].

Сьогодні телебачення є тим об'єктом медіа, який трансформується у нові медіа за допомогою поширення та розвитку веб-сторінок та сайтів телеканалів. Це дає змогу охоплювати значно більшу кількість аудиторії як за віком, так і за інтересами. Виходячи з цього, платформа, на якій зосереджувались пропаганда та маніпуляції теж поширилась.

Отже, слід позначити методи маніпуляції, тому що в діяльності ведучого та його співрозмовників у ток-шоу ми можемо зустріти такі прийоми як: емоційний резонанс, придумана або фальшива дилема, інтрига, коментарі, інформаційна війна, а також авторитет.

Оксфордський університет розглядає термін «маніпуляція» як процес впливу та обробки суспільства у прихованому контексті з підтекстом негативного характеру.

Е. Доценко формує таке визначення: «...Маніпуляція — це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого викликає приховане пробудження в іншій людини намірів, які не збігаються з її актуальними бажаннями» [11, с. 17]. С. Кара-Мурза наводить три головні ознаки маніпуляції: «...1) це вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насильство чи погроза його застосування); 2) приховування інформації; 3) наявність майстерності та відповідних знань у тій чи іншій галузі» [11, с. 17]. Маніпуляція нав'язує нам щось, для чого вона повинна ламати психологічні бар'єри і випереджати наші захисні механізми – повільну свідомість. За російським доктором медичних наук, професором А. Свядощем виділяють три психологічні бар'єри: 1) виборча увага (людина сприймає лише цікаву їй інформацію, решта – шум, який можна подолати повторюванням); 2) виборче сприйняття (сприйняття тільки тієї інформації, яка нас влаштовує, тільки гарних новин); 3) вибірковість призову (сума двох

попередніх пунктів). Ми з'ясували, що маніпуляція має свої методи, цілі та завдання. Для того, щоб визначити до якого методу приходить журналіст, необхідно поглибитися в визначенням кожного з них.

Головний редактор телеканалу «Simon», телеведучий В. О. Мазур у своїй лекції «Стежте за руками» виділяє наступну низку прийомів маніпуляцій, які можна зустріти на телебаченні [Додаток Б].

Тепер, коли ми вивчили перелічені методи, можна застосувати їх до аналізу досліджуваних випусків телепрограми.

ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ

Завдяки тематиці другого розділу було вибрано більш точний та доцільний напрям розгляду соціально-комунікативної ролі телебачення в сучасному українському телебаченні. За даними нашої класифікації, ми з'ясували, що сучасні телевізійні програми можна розподілити на: ток-шоу, тревел-шоу, талант-шоу, реаліті-шоу, спортивні, музичні, ранкові, історичні та гумористичні програми і світські хроніки. Виявлено недостатню кількість теоретичної інформації про вплив, роль соціальних ток-шок на аудиторію, внутрішній механізм створення ток-шоу, зокрема соціальних ток-шоу, їх секрети впливу та контролю над глядачем.

Конкретизовано проблематику дослідження до обраного об'єкта та предмета дослідження, а саме:

- психологічні особливості сприйняття публікою ток-шоу, на основі класифікації розважальних програм українського телебачення ;
- нехтування поняттями про приватність, громадську мораль та етику;
- поширення «псевдосоціальних» програм;
- тематична та структурна міграція професійної журналістики в кіносеріали, через неякісний підхід при розробці програм.

Досліджуючи тему нашої наукової роботи, слід зазначити, що соціальні ток-шоу на сучасному українському медіа-просторі виступають у якості інструменту компенсації людської самотності, співчуття, подій, яких бракує телеглядачам в повсякденному житті.

Очевидно, в основі такої телевізійної програми лежать головним чином наступні потреби: потреба в інформації (функція соціальної орієнтації), потреба у спілкуванні з іншими людьми (функція контакту), а також потреба в розвазі (функція соціальної розрядки).

За даними нашої класифікації програм українського телебачення та жанрово-тематичним рейтингом, очевидно, що телеканали здебільшого пропонують глядачам висвітлення таких тем, як: соціально-політичне життя,

подорожі, культура і мистецтво, спорт. Найменше ефіру на сучасному українському телепросторі займають документально-історичні проекти.

Аналізуючи телевізійні програми за жанрами, ми спостерігаємо, що на екрані сьогодні переважають політичні ток-шоу та розважальні проекти. Водночас, мізерна частина телевізійного простору надається програмам культурно-просвітницького характеру.

Тому, на теренах українського телебачення це має жанрово-тематичний дисбаланс.

РОЗДІЛ III

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОК-ШОУ «СТОСУЄТЬСЯ КОЖНОГО» НА ТЕЛЕКАНАЛІ «ІНТЕР»

3. 1. Структурно-тематичний аналіз ток-шоу «Стосується кожного»

Ток-шоу «Стосується кожного» з Андрієм Данилевичем – це соціальна програма на телеканалі «Інтер», яка претендує на перше місце головної програми у вечірньому ефірі даного телересурсу. Головна мета програми – не нав'язувати точку зору телеканалу, журналістів чи ведучого, а донести до глядача усі існуючі факти кожного життєвого випадку і думку кожного гостя, експерта. У свою чергу, глядач має можливість для себе, сам визначати – на чиєму він боці і кого підтримує, а з ким повністю не згоден під час програми.

Вперше ток-шоу вийшло до ефіру 25 серпня 2013 року. За цей час творча група редакторів телеканалу «Інтер» підрахувала 909 випусків – складних, резонансних, яскравих, душевних і зворушливих [54].

Згідно інформації сайту телеканалу «Інтер», близько 10 тисяч людей стали учасниками програми: вони писали і зверталися до проекту, ділилися своїми проблемами та радощами, приходили до студії, допомагали родичам, друзям і знайомим розібратися в життєвих ситуаціях. З їхніх історій і складається загальна історія програми, з маленьких пазлів – велика картина, в якій доброти і співчуття набагато більше, ніж байдужості і недоброзичливості. І кожну історію команда проекту розповідає так, що вона, дійсно, стосується кожного.

Першим ведучим соціального проекту став відомий білоруський журналіст, Сергій Дорофєєв, який почав свою телевізійну кар'єру з посади редактора, очільника ток-шоу «Вибір» та авторської програми «Вибір+» на білоруському телебаченні. У 2010 році його відсторонили від ефіру з політичних мотивів, а згодом – звільнили, в результаті чого, він переїхав до України і продовжив власну медійну роботу в якості ведучого. У 2012 році

він отримав премію «Телетріумф» в номінації «Інтерв'юер року». У 2014 році йому було запропоновано посаду генерального продюсера українського телеканалу «ЗІК», після чого ведучим програми «Стосується кожного» став Андрій Данилевич, який працює на телебаченні з 1999 року. Він був ведучим низки програм, серед яких «Один день» (телеканал «К1»), «Новини», «Подобиці тижня», «Свобода слова на Інтері» (телеканал «Інтер»), «Відкритий доступ», «Події тижня» (телеканал «Україна»). У 2012 році йому було присвоєне звання «Людина року» у номінації «Журналіст року у сфері електронних ЗМІ».

Про ток-шоу «Стосується кожного» Андрій Данилевич говорить так: «Це проект – про нас з вами. У програмі я – лише модератор дискусії. І коли разом зі спеціалістами, експертами, пересічними громадянами, що завітали до студії, готовими поділитись своїм досвідом, зможемо підвести героя програми до вирішення проблеми і підказати йому вихід із тієї чи іншої ситуації – це і буде наша спільна перемога» [54].

Опираючись на інформацію сайту телеканалу «Інтер», позитивною рисою цієї програми очевидно є те, що люди, які приходять до студії зі своїми життєвими проблемами – не вигадані персонажі чи актори із сценарію режисерів. Це – реальні громадяни, в подальшому, доля яких пильно відслідковується творчою групою журналістів програми, їхні контакти зберігаються на сайті ток-шоу «Стосується кожного» і будь-хто з глядачів має вільний доступ до них, щоб допомогти морально, або матеріально. Очевидно, що редактори докладають максимум зусиль, аби проект був по-справжньому соціальним і реально допомагав на справі людям. Як зазначає Андрій Данилевич: «Наша місія – навчити усіх, що чужої біди не буває, а після ефіру історія не закінчується, і телебачення все ж таки зможе змінити життя на краще».

Отже, згідно зовнішньої та загальної інформації, програма «Стосується кожного» є позитивним чинником у вирішенні соціальних негараздів суспільства, проте, на даний момент дослідження – це відносно

суб'єктивне визначення. Для того, щоб об'єктивно охарактеризувати проект, потрібно ретельно проаналізувати його випуски.

Для аналізу програми, до нашої роботи ми залучаємо 25 найгучніших випусків, в яких висвітлюються найрезонансніші проблеми українського суспільства за увесь період існування ток-шоу «Стосується кожного», а саме з 2013 по 2018 роки.

В першу чергу звертаємо увагу на назву телепрограми: «Стосується кожного», яка чітко вказує на її концепцію та своєрідність. Психологічно це привертає увагу абсолютно усіх глядачів, і ніби натякає на те, що на місці героя випуску може бути абсолютно кожен.

Тему випуску на початку ефіру оголошує ведучий Андрій Данилевич для аудиторії. Зміст програми розкриває тему, тому її редактори готують ретельно, аби максимально утримати увагу глядача: «Рукавички з любов'ю» [14]; «На порозі епідемії» [25]; «В епіцентрі вибуху» [17]; «Спартанське виховання» [33]; «Рабиня із Згурівки» [31]; «Помилка без висновків» [27]; «Лозина для сестри» [22]; «Тато по фотографії» [28]; «Вимушена зрада» [16]; «Послання для тата» [30]; «Дурна слава» [19]; «Магія спокуси» [23]; «Син від зятя» [34]; «Чуже весілля» [38]; «Дитина дівчинки» [32]; «Штучна краса» [20]; «Діти дітей» [18]; «Звинувачення невістки» [26]; «Таємниця двійні» [35]; «Ласкавий вітчим» [21]; «Підгодована небезпека» [29]; «Хочу жити» [37]; «Вбивство Іванни Міщенко» [36]; «Мауглі з Вінниці» [24]; «Всупереч природі» [15].

Одразу зазначимо, що тривалість кожного випуску нестабільна (коливається у часі – від 44 хвилин до 1 години 30 хвилин). Згідно з результатів нижче поданої таблиці №1, хронометраж випусків залежить виключно від проблеми чи теми програми, а точніше від її складності, змісту та психоемоційного навантаження. Дану характеристику заповнюємо інформацією за такими категоріями: дата та місце основної події, хронометраж випуску, назва випуску, головні герої програми, експерти та гості програми, провідна тема/меседж програми.

Структурно-тематична характеристика ток-шоу «Стосується кожного» з Андрієм Данилевичем на телеканалі «Інтер»

1. Дата ефіру: 06.01.18.

Хронометраж: 49 хвилин.

Назва випуску: «Різдвяні дива».

Експерти програми та інші: Владислав Вошук (футболіст), Анжеліка Рудницька (заслужена артистка України), Юрій Воловіч (інвалід, футболіст), отець Феодосій (богослужитель), Олександр Онуфрієв (режисер), Наталя Гордієнко (співачка), Антон Нікітін (головний редактор телеканалу «Інтер»), Наталя Ломоносова (психолог), Борис Бурда (телеведучий), Віктор Коцюбинський (тренер Олени Письменної), Артем Позняк (телеведучий).

Головні герої: Поліна Найдьонова (бабуся Єгора Лябаха, інваліда з Мелітополя), Єгор Лябах (інвалід), Анжеліка Сорока (юна акторка), Кирило і Тимур Мушинські (діти, які говорили про смерть), Євген Стельмах (вундеркінд), Олена Письменна (паралізована мати), Ірина Міщирякова та Максим Міщиряков.

Проблема/Анотація: *Здійснення заповітних дитячих мрій, попередніх учасників програми «Стосується кожного», які щодня долають життєві чи фізичні перешкоди, аби бути краще.* Телеканал «Інтер» та редакторська команда організувала благодійний аукціон і допомогла виправити на краще долі десятків людей, у тому числі і дітей. Безумовна людяність, любов і віра здатні творити дива.

2. Дата ефіру: 29.01.17.

Хронометраж: 1 година 30 хвилин.

Назва випуску: «Рукавички з любов'ю».

Експерти програми та інші: Оксана Солов'ян (директор Андріївського дитячого садочка), Наталя Ломоносова (психолог),

Віктор Близнюк (голова сільської ради), Леся Дубчак (адвокат), Ірина Антошко (представник у справах дітей міста Києва), Тимур Асланов (актор), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Любов Охремчук (багатодітна мати), Микола Охремчук (багатодітний батько), Олена Єрмоленко (опікун).

Проблема/Анотація: *Злісне невиконання батьківських обов'язків. Позбавлення батьківського права. «Батьківські інстинкти».* Через пияцтво батьків позбавили батьківського права на 5 дітей. Через півроку вони змінили свій спосіб життя, мама зв'язала рукавички на кожного з них і сподівається на зустріч зі своїми дітьми, проте цього замало, аби повернути їх, як юридично, так і психологічно.

3. Дата ефіру: 30.01.16.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «На порозі епідемії».

Експерти програми та інші: Ольга Голубовська (Заслужений лікар України, інфекціоніст), Євгеній Шевчук (завідуючий педіатричним відділенням), Ганна Горбань (педіатр), Віктор Сердюк (Президент Всеукраїнського союзу захисту прав і безпеки пацієнтів), Зоряна Черненко (юрист).

Головні герої: Ірина Юсупова (мама, яка не бажає прищеплювати свою дитину від кору), Ксенія Ніколаєва (народна артистка України), Ірина Тетера (письменниця).

Проблема/Анотація: *Проблема ефективності вакцинації дітей.* Обговорюється питання вакцинації та щеплення проти кору. Батьки не бажають прищеплювати дітей, адже не впевненні у якості та ефективності вакцини. Лікарі пояснюють протилежне і вказують на можливі причини ускладнень.

4. Дата ефіру: 01.02.17.

Хронометраж: 48 хвилин.

Назва випуску: «В епіцентрі вибуху».

Експерти програми та інші: Сергій Бевз (адвокат), Олена Рихальська (психолог), Світлана Вольнова (телеведуча), Олександр Яременко (музикант), Алла Попова (Заслужена артистка України), Анастасія Гиренкова (акторка), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Юлія Дзюбюк (мати, яка рятувала своїх дітей, постраждала), Галина Зайцева (вдова), Сергій Попов (колишній мешканець аварійного будинку), Оксана Бікетова (мати врятованого сина), Євген Синявський (врятував життя хлопчика), Максим Бікетов (врятований хлопчик).

Проблема/Анотація: *Нещасний випадок. Пожежа. Як люди рятували дітей під час пожежі.* Вибух в житловому будинку Київської області, в результаті якого загинула людина, і ще сорок залишилися без даху над головою. Жертвою трагедії ледь не став 11-річний хлопчик. Головні питання програми: що насправді сталося у той жахливий вечір, чому прогрімів вибух та хто допоможе отримати хоча б якесь житло постраждалим.

5. Дата ефіру: 02.02.14.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Спартанське виховання».

Експерти програми та інші: Віталіна Біблів (акторка), Наталія Поліщук (фельдшер), Ярослав Куц (адвокат), Ольга Пікарук (завідувачка ДНЗ «Барвінок»), Олена Кривуляк (експерт з питань насильства в родині), Анатолій Мотвійчук (народний артист України), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Світлана Бондарук (свекруха, бабуся зниклих онуків), Наталія Бондарук (жінка, яка забрала дітей і втекла від чоловіка), Андрій Бондарук (батько -«тиран»).

Проблема/Анотація: *Домашнє насильство.* Жінка – мати вийшла погуляти з дітьми і більше не повернулась додому. Вона просить суспільство захистити її та дітей від насильства чоловіка-«тирана»,

адже усі державні структури їй у цьому відмовляють, мовляв не вбачають на те причини.

6. Дата ефіру: 03.02.15.

Хронометраж: 1 година 30 хвилин.

Назва випуску: «Рабиня із Згурівки».

Експерти програми та інші: Едуард Багіров (адвокат), Наталія Бугайова (психолог), Павло Прядко (ведучий програми «Свідок» на телеканалі «НТН»), Олександр Онуфрієв (режисер), Світлана Леонтєва (телеведуча), Карина Плай (співачка), Ірина Тиран (журналіст-міжнародник).

Проблема/Анотація: *Шахрайство та маніпуляції. Психологічне зомбування, залякування.* Родина киян 16 років насильно тримала на своїй ділянці і морила голодом перекладачку через те, що вона «ніби» не правильно переклала текст для будівництва посольства Німеччини, в результаті чого, загинуло 19 чоловік.

7. Дата ефіру: 06.02.16.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Лозина для сестри».

Експерти програми та інші: Катерина Тимченко (багатодітна мама), Влада Березянська (психолог), Тетяна Бачек (експерт з питань запобігання домашнього насильства), Оксана Абросімова (адвокат), Назарій Яремчук (народний артист України), Вікторія Білан (акторка), Валерія Микульська (телеведуча телеканалу «Інтер»).

Головні герої: Ганна Іващенко (старша сестра, яка звинувачує молодшу у жорстокому вихованні дітей), Катерина Іващенко (жорстоко виховує крихітних дітей), Євген Цимбал (колишній чоловік Катерини Іващенко).

Проблема/Анотація: *Насильство над дітьми.* Чи можна знищити жорстокість, повернувшись у дитинство? 22-річна Ганна Іващенко звинувачує свою молодшу сестру в жорстокому вихованні

племінниць. Під час програми виявляється, що Катерина «зганяє» свою злість на дітей через невдалі відносини з батьками своїх діточок.

8. Дата ефіру: 07.02.14.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Помилка без висновків».

Експерти програми та інші: Карина Плай (співачка), Олексій Наумук (представник служби у справах дітей), Ірина Тетера (письменниця), Ірина Арсентьєва (багатодітна матір), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Сергій Вовк (головний лікар Подільської ЦРЛ), Ольга Додух (юрист), Володимир Брюховець (в.о. начальника слідчого відділу Подільського ВП ГУ НП в Одеській області). Лариса Дігол (фельдшер села Липецьке), Вікторія Михайленко (мати, яка покинула двох немовлят).

Проблема/Анотація: *Аморальний спосіб життя.* Жінка зникла після чергового скандалу з батьком дітей. Зараз малюки в лікарні, а служби готують документи на позбавлення батьківських прав. Відсутність материнського інстинкту, безвідповідальність жорстоке поводження батьків з дітьми.

9. Дата ефіру: 08.02.13.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Тато по фотографії».

Експерти програми та інші: Костянтин Руденко (заступник директора Інституту серцево-судинної хірургії імені Амосова, професор), Орест Шупенюк (психолог), Володимир Гладкий (актор).

Головні герої: Ніна Коваль (свекруха), Любов Красюк (мама Альони), Альона Коваль (колишня дружина Віталія Ковалю), Олена Богданова (кума Ковалів).

Проблема/Анотація: *Злісне ухилення від сплати аліментів на дитину батьком, та невизнання батьківства.* Колишня дружина, коли

дізналась про нову родину чоловіка, почала руйнувати йому життя, потребуючи грошей.

10. Дата ефіру: 09.02.13.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Вимушена зрада».

Експерти програми та інші: Інна Дончик (психолог), Ярослава Руденко (Заслужена артистка України), Олександр Мазур (голова об'єднання батьків-одинаків), Наталія Кривуца (громадський діяч), Микола Харін (адвокат), Ані Амбарцумян (психолог), Лариса Кадочнікова (Народна артистка України).

Головні герої: Юлія Криса (багатодітна мати), Микола Федак (колишній чоловік Юлії), Іван Федак (брат Миколи), Юрій Руденко (директор Ліщинської ЗОШ I-III ступенів), Любов Васюта (Голова Сільської ради), Інна Козаченко (кума Миколи), Анатолій Сухорук (співмешканець Юлії).

Проблема/Анотація: *Домашнє насильство. Батько – тиран. Маніпуляція дітьми. Сімейні побиття.* Голова сім'ї не дозволяє дітям спілкуватись з рідною матір'ю і не впускає до будинку дружину. Діти залякані.

11. Дата ефіру: 12.02.15.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Послання для тата».

Експерти програми та інші: Оксана Гупцайт (телеведуча), Наталія Ломоносова (психолог), Юрій Рудченко (Заслужений артист України), Олег Простибоженко (адвокат), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Юлія Музофарова (шукає невістку зі своїми онуками), Віра Ткачова (мати невістки), Галина Шаповал (кума родини Музофарових), Андрій Музофаров (колишній чоловік Світлани), Світлана Музофарова (колишня дружина Андрія Музофарова).

Проблема/Анотація: *Домашнє насильство.* Через жорстокість свого чоловіка, дружина забирає вночі дітей і біжить куди бачать очі. Чоловік переслідує її та дітей. Тому жінці доводиться «зникнути безвісти».

12. Дата ефіру: 13.02.18.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Дурна слава».

Експерти програми та інші: Тетяна Цимбал (Народна артистка України), Тіна Берадзе (психолог), Наталія Коваленко (адвокат), Артем Мясов (актор), Марта (співачка), Лері Він (заслужений артист України), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Анна Плакуща (страждає на образи від односельчан), Аліса Плакуща (донька Анни), Євген Плакущий (чоловік Анни), Тетяна Чепурко (секретар Елизаветинської сільської ради), Наталія Кремчук (сусідка), Валентина Старікова (мати Анни), Микола Фількевич (заступник директора з навчально-виховної роботи ЗОШ І-ІІІ ст.), Олександр Савченко (житель села Лобівка).

Проблема/Анотація: *Соціальна незахищеність.* Переживши страшне минуле, домашнє насильство, агресію вітчима, жінка намагається змінити на краще своє життя і життя своїх дітей.

13. Дата ефіру: 01.05.15.

Хронометраж: 43 хвилини.

Назва випуску: «Всупереч природі».

Експерти програми та інші: Олена Гречаніна (головний позаштатний генетик МОЗ), Вадим Зябченко (нейрохірург), Ігор Тарабан (хірург, доктор медичних наук), Ернст Райкенгербер (вчений – генетик США), Енді Байер (має рідкісну хворобу), Джена Байєр (донька Енді), Влад Волошин (телеведучий), Оксана Садовнікова (психолог), Людмила Лівшиц (генетик).

Головні герої: Наталія Кисельова (мати хворої дівчинки), Наталія Морокова (подруга Наталії Кисельової), Юрій Кисельов (батько хворої дівчинки), Галина Полушина (бабуся хворої Даринки).

Проблема/Анотація: *Генна мутація.* Дівчинка, яка стала загадкою для медиків і вчених, повністю змінила життя своїх батьків. Маленька Дарина Кисельова – єдина дитина з таким діагнозом в Україні. В організмі дівчинки ще під час зачаття відбулась мутація генів – лікарі навіть не змогли визначити хворобу. Встановити діагноз вдалось лише німецькій клініці: захворювання на стільки рідкісне, що вітчизняні медики знають про нього виключно з навчальних посібників. На часі, Дарині 4 роки, поступово вона втрачає зір та слух, обличчя перетворюється на маску. Редактори програми «Стосується кожного» виявили, що діагноз дівчинки – не вирок. У студії родина Кисельових зустрічається з людьми, яким вдалось перемогти рідкісну генетичну хворобу.

14. Дата ефіру: 22.05.15.

Хронометраж: 1 година 30 хвилин.

Назва випуску: «Син від зятя».

Експерти програми та інші: Римма Зюбіна (акторка), Вікторія Білан (акторка), Юлія Войс (співачка), Каміль Нуріманов (сексопатолог, кандидат медичних наук), Світлана Митрофанова (психолог), Карина Фанштейн (адвокат), Світлана Ключко (директор Миколаївського центру соціально-психологічної реабілітації дітей), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Галина Рева (мати Максима Рєви), Оксана Рева (мама Галини), Алла Костюк (заступник директора школи-інтернату), Наталія Поплінська (сестра Галини Рєви), Олександр Попенко (чоловік старшої сестри Галини), Катерина Точек (колишня свекруха Галини), Олег Рева (батько Галини).

Проблема/Анотація: *Згвалтування та невизнання батьківства. Розбещення малолітніх.* 19-річна Галина Рева з Миколаївської області звинувачує чоловіка своєї сестри, багатодітного батька Олександра Попенка у згвалтуванні, яке сталося, коли їй було 13 років. Родина Галини не повірила, що зять здатний на такі вчинки і не звернулась в правоохоронні органи. Сам Олександр стверджує, що ніякого згвалтування не було. У 14 років Галина народила дитину. Зараз Максиму вже 5 років і він не знає, хто є його батьком. Олександр не вважає хлопчика своїм сином і нічим йому не допомагає. У студії «Стосується кожного» – оприлюднюють результати тесту ДНК, які підтверджують батьківство Олександра.

15. Дата ефіру: 13.02.15.

Хронометраж: 1 година 30 хвилин.

Назва випуску: «Чуже весілля».

Експерти програми та інші: Сергій Галибін (радіоведучий), Вадим Мічковський (шоумен), Ольга Стрільцова (телеведуча), Євген Коваленко (народний артист України), Оксана Абросімова (адвокат), Олександр Ітигілов (режисер), Інна Кононова (сімейний психотерапевт), Віта Тітаренко (релігієзнавець).

Головні герої: Феодосія Кулага (колишня наречена) Михайло Твардовський (колишній наречений), Іван Олексій (хрещений батько Михайла), Василь Лукань (староста весілля), Стефанія Твардовська (мати нареченого).

Проблема/Анотація: *Криваве весілля на один день. Жадібність, яка призвела до сімейного розбрату.* Готуючись до весілля, Михайло Твардовський і Феодосія Кулага з Івано-Франківської області навіть не здогадувались, що все скінчиться заявою до міліції та викликом швидкої допомоги. Новоспечені родичі не змогли поділити подаровані гостями гроші і побилися на очах у всіх присутніх. Весілля на один

день. Щоб примирити родини, які посварились через 2000 грн., один з гостей дістав з власної кишені гроші та віддав їх тим, хто вважав себе обділеним.

16. Дата ефіру: 10.02.15.

Хронометраж: 45 хвилин + 43 хвилини (продовження історії).

Назва випуску: «Дитина дівчинки».

Експерти програми та інші: В'ячеслав Камінський (головний лікар-гінеколог МОЗ України), Наталія Турбіна (співачка), Ліка Роман (Міс України 2007), Ірина Арсентієва (багатодітна мати), Олександр Мозолевський (адвокат), Неллі Верховська (письменниця), Наталія Шестак (психолог), Тетяна Рамус (телеведуча), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Катерина Гусак (мати неповнолітньої дитини), Інна Слободяник (медсестра школи), Наталія Бандалюк (заступник директора з виховної роботи), Тетяна Гусак (вагітна 12-річна дівчинка), Оксана Руснак (сімейний лікар Тетяни Гусак), Тетяна Березюк (знайома Катерини Гусак), Людмила Зарічанська (класний керівник Тетяни Гусак), Лариса Натолочна (заступник директора школи з навчально-виховної роботи), Сергій Папчук (вітчим Тетяни Гусак), Олена Гронська (керівник служби у справах дітей Бершинського району).

Проблема/Анотація: Семикласниця Тетяна Гусак з Вінницької області – вагітна. У її селі ходять чутки, що батько дитини – вітчим Тані – 38-річний Сергій Папчук. А Катю Гусак, матір 12-річної Тані соціальні служби хочуть за це позбавити батьківських прав на усіх її 5 дітей. Дівчинка Таня більше всього боїться, що після пологів у неї заберуть доньку, а її разом з її братиками та сестричками розмістять в інтернаті. У студії «Стосується кожного» вітчим Тані погоджується пройти тест ДНК, що дає дивні результати і змінює долю дівчинки. Історія розвивається в наступному випуску програми, після якої, за

лаштунками студії, дівчинка зізнається мамі, що її дитина народжена все ж таки від вітчима. Сталося це тоді, коли мама пішла до бабусі, а Сергій Папченко дивився телевизор у нетверезому стані. Тоді Таня лягла до нього у ліжку і вітчим, будучи у стані алкогольного сп'яніння не розгледів малу і зайнявся з нею непристойними справами.

17. Дата ефіру: 07.11.13.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Штучна краса».

Експерти програми та інші: Олена Вінярська (український кліпмейкер), Ольга Сумська (українська артистка), Ірина Беліна (зірковий візажист), Леся Матвеєва (психоаналітик), Олександр Рудницький (тренер з фізичної реабілітації), Іван Маньєро (іспанський пластичний хірург), Олена Стороженко (міс-Всесвіт 2013), Дмитро Слоссер (пластичний хірург).

Головні герої: Шура (російський співак, який пережив онкологію і вимушений був пройти десятки пластичних операцій), Валерія Толошина (16 років жила без кінчика носа), Юліана Крамська (фанатка пластики, щороку вдосконалює своє тіло пластичними операціями), Ірина Вернадська (мати Юлії Крамської), Лариса Плеско (учасниця ток-шоу з пластичної хірургії, яка покращила свій зовнішній вигляд за допомогою пластичної хірургії, але це не налагодило її особисте життя).

Проблема/Анотація: *Переваги та недоліки пластичної хірургії.* В студії обговорюється питання пластичної хірургії. Визначення грані між необхідністю та модою і залежністю. Чому ідеальна зовнішність не є гарантом успішної кар'єри чи усього життя?

18. Дата ефіру: 28.08.13.

Хронометраж: 43 хвилини.

Назва випуску: «Діти дітей».

Експерти програми та інші: Геня Самборська (директор Всеукраїнського фонду «За життя»), Сергій Бакшеев (лікар-гінеколог), Лідія Пільтай (представник благодійного фонду «Жінки України – генофонд нації»), Георгій Прокопенко (голова інформаційно-просвітницького центру УПЦ), Микола Кулеба (начальник служби у справах дітей м. Києва), Альоша (співачка).

Головні герої: Яна Прокопенко (15-річна мама), Олена Прокопенко (35-річна бабауся), Тамара Григоренко (бабуся Яни Прокопенко), Євгенія Стрільникова (14-річна мама), Наталія Стрельникова (мама 14-річної Євгенії), Вікторія Камонська (15-річна мама).

Проблема/Анотація: *Розбещення малолітніх. Рання вагітність та ранні пологи. Батьківська безвідповідальність. Відсутність психологічного контакту батьків з дітьми в родині. У студії обговорюються причини, проблеми та наслідки ранньої вагітності та ранніх статевих відносин. Експерти та гості студії розповідають чому, рання вагітність та ранні статеві відносини є небажаними для дівчат, адже негативно впливає на репродукцію, а також успішність та кар'єру.*

19. Дата ефіру: 23.04.15.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Звинувачення невістки».

Експерти програми та інші: Архімандрит Гавриїл (священник), Тіна Берадзе (психотерапевт), Олена Рєпіна (акторка), Галина Новікова (лікар-ендокринолог вищої категорії), Натаніка (співачка), Ольга Кочеткова (співачка), Тарас Безпалий (юрист), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Любов Боричевська (мати загиблого сина Івана), Юлія Боричевська (вдова), Ірина Прохорова (мати Юлії, теща Івана), Любов Бахмацька (названа мати загиблого), Євгенія Нікитенко (хрещена мати Дениса, сина загиблого), Марина Стадник (колишня колега Івана).

Проблема/Анотація: *Спекуляція на хворобі і смерті 22-річного сина.*
У студії «Стосується кожного» зустрілись вдова, свахи та знайомі покійного Івана. У смерті 22-річного молодого батька, сина Івана присутні звинувачують одне одного, сваряться. Їх намагаються примирити та об'єднати гості та експерти студії, проте все марно, адже учасники ток-шоу не можуть подолати власний гнів, агресію та ненависть. Як виявилось в кінці програми, мати взагалі не виховувала свого сина, а зараз намагається оформити соціальну допомогу по втраті годувальника.

20. Дата ефіру: 13.03.15.

Хронометраж: 1 година 30 хвилин.

Назва випуску: «Таємниця зниклої двійні».

Експерти програми та інші: Ганна Маляр (юрист), Олена Хижна (заслужена артистка України), Володимир Лакатош (голова асоціації акушерів-гінекологів міста Києва), Алла Мартинюк (акторка), Тарас Тополя (співак), Ганна Степанець (радіоведуча), Тоня Матвієнко (співачка).

Головні герої: Наталя Мушинська (мати зниклої двійні), Сергій Мушинський (чоловік Наталі), Олег Михайленко (заступник головного лікаря з лікувальних питань Яготинської ЦРЛ), Анатолій Шпак (сусід Наталії, який віз породіллю Наталю до пологового будинку), Світлана Лакей (завідуюча пологовим будинком), Валентина Бондаренко (мати Наталії), Павло Шпак (колишній чоловік Наталі, батько зниклих двійнят), Ольга Свиридон (колишня акушер-гінеколог Яготинської ЦРЛ).

Проблема/Анотація: *Торгівля дітьми.* Шістнадцятирічна Наталя народила двійню. Акушерки повідомили їй про те, що одна з новонароджених дівчаток померла під час пологів. Про другу дитину лікарі взагалі нічого не сказали, а просто віднесли дітей з палати породіллі, хоча молода мама чула крики своєї дитини. Врешті через

деякий час її викликав до себе головний лікар і повідомив про те, що дівчата обидві померли і запропонував дівчині, її мамі та свекрусі моральну компенсацію у сумі 150000 гривень. Як виявилось згодом, з лікарні, де народжувала Наталя взагалі зникла інформація про те, що вона там народжувала, і що пологи були складні й народилися мертві діти. Лікар зник безвісти. І в студії постає питання: чи насправді діти були мертвими, навіщо з власної кишені лікар заплатив молодій мамі 150 тисяч гривень за начебто «невдалі пологи»?

21. Дата ефіру: 26.02.16.

Хронометраж: 1 година 40 хвилин.

Назва випуску: «Ласкавий вітчим».

Експерти програми та інші: Зоя Ярош (адвокат), Євгенія Шевченко (психолог), Тетяна Цимбал (народна артистка України), Олена Тараніна (письменниця), Раїса Ібрагімова (багатодітна мати), Вадим Красноокий (співак), Василь Голованов (телеведучий).

Головні герої: Лариса Гричко (мати Ельміри Гричко), Ельміра Гричко (11 років, згвалтована вітчимом), Тетяна Яцько (мати Сергія, звинуваченого у педофільї), Ольга Яцько (донька Сергія Яцько), Сергій Гричко (батько Ельміри Гричко, колишній перший чоловік Лариси), Галина Сізова (мати Лариси Гричко), Анастасія Яла (подруга Лариси), Лариса Марінеч (шкільний дитячий психолог), Марина Васильєва (старша донька Лариси), Вадим Яцько (старший брат звинувачуваного Сергія), Деніс Гричко (брат Ельміри Гричко), Катерина Комаревцева (сексолог).

Проблема/Анотація: *Розбещення малолітніх. Педофілія.*

Ставши до шлюбу з Сергієм Яцько, дружина Лариса запідозрила його особливе ставлення до своєї 11-річної доньки: забагато ласки, уваги та подарунків, коли його рідна 17-річна донька цього майже позбавлена. Відчуття Лариси (багатодітної матері) підтвердились у реальному житті, коли вона в дитячій кімнаті побачила, як її чоловік сексуально

домагався 11-річної Ельміри. Попри все, свекруха Лариси звинувачує її в афері. Педофіла Сергія випускають з тюрми, хоча проведена експертиза підтвердила його «особливе ставлення» до малої Ельміри. Подальшу долю Сергія Яцька та родини Лариси обговорюють разом з експертами (юристами, психологами, лікарями, відомими артистами України) у студії «Стосується кожного». Під час ефіру впливають додаткові важливі факти, які доповнюють зміст програми та остаточно підтверджують винуватість Сергія в педофільї.

22. Дата ефіру: 17.01.18.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Підготована небезпека».

Експерти програми та інші: Сергій Ключко (кінолог, зоопсихолог), Регіна Гусейнова (адвокат), Світлана Леотьева (телеведуча), Валентин Кім (психолог), Володимир Гришко (народний артист України), Ольга Яценко (багатодітна мама), Анна Кобилянська (вихователь дитячого садочка), Олександра Мезіна (керівник центру поводження з тваринами), Лариса Балан (представник міської влади м. Вінниці).

Головні герої: Олена Шит (мешканка небезпечного району), Анастасія Середа (донька Олени Шит, перелякалась собаки, яка її травмувала), Юлія Сліпченко (подруга Анастасії Середи, злякалась собаки, яка її вкусила), Олександра Сліпченко (мама Анастасії), Тетяна Карашенко (мешканка Гайсина), Галина Гурдуза (годує безпритульних собак), Анастасія Гурдуза (донька Галини Гурдузи), Ніна Руденко (годує безпритульних тварин).

Проблема/Анотація: *Територіальна агресія безпритульних собак, яка створює небезпеку для суспільства.* Пенсіонерка Галина із Вінницької області від самотності почала підготовувати десятки собак, які зібравшись у зграю почали нападати на дітей та дорослих у подвір'ї, нанесли їм травми. Налякані діти бояться виходити з під'їзду на вулицю. Пенсіонерка відмовляється брати на себе відповідальність

за цих безпритульних собак, проте стверджує, що годувати їх буде все одно, незважаючи ні на що. У студії адвокати, психологи, кінологи та представники центру поводження з тваринами разом з постраждалими та міською владою вирішили це питання, спланувавши організацію відповідного притулку для тварин.

23. Дата ефіру: 26.08.13.

Хронометраж: 42 хвилини.

Назва випуску: «Хочу жити!».

Експерти програми та інші: Василь Нетяженко (головний позаштатний терапевт МОЗ України), Олена Біденко (медичний юрист), Олександр Коренков (представник Всеукраїнської Ради із захисту прав та безпеки пацієнтів), Світлана Швидюк (головний спеціаліст департаменту охорони здоров'я Вінницької облдержадміністрації, Валерій Щербань (головний лікар Вінницької районної лікарні №2), Юрій Поляченко (екс-міністр охорони здоров'я України (2005-2007 рр.)), Олена Власова (акторка, часто виконує ролі медиків у художніх фільмах).

Головні герої: Любов Деркач (мати померлої 26-річної Марії Деркач), Андрій Деркач (брат загиблої), Сергій Цвик (друг родини Деркачів), Станіслав Паламар (на «прихованому» відеозв'язку (заступник головного лікаря Тернопільської лікарні №2)), Тетяна Виприцька (донька померлої Наталії Веприцької), Світлана Снігур (лікар Наталії Веприцької), Олексій Севастьянов (під час операції, лікарі залишили в його брюшині ножиці), Галина Ляшок (фельдшер села Антонівка Одеської області).

Проблема/Анотація: *Безвідповідальність лікарів, медичний непрофесіоналізм, порушення правил транспортування хворого, в результаті чого померли дві дівчини. Ненадання хворому медичної допомоги. В студії обговорюються ситуації, коли в результаті медичного непрофесіоналізму або бездіяльності лікарів, страждають і*

помирають люди. Гості програми та експерти визначають помилки лікарів і методи боротьби з ними. По завершенні програми редактори ток-шоу знаходять старожилів-медиків, які за власні кошти купують ліки, аби допомогти людям просто тому, що вони по сутності своїй – лікарі і живуть, аби рятувати.

24. Дата ефіру: 17.10.13.

Хронометраж: 45 хвилин.

Назва випуску: «Вбивство Іванни Міщенко».

Експерти програми та інші: Наталя Кривуца (заступник голови міжнародного комітету з прав людини), Юлія Шафранська (журналіст місцевого телебачення), Варвара Кочергіна (юрист), Ганна Кушнерук (психолог), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Парасковія Лаврик (мати жорстоко вбитої Іванни Міщенко), Парасковія Грет (сусідка П.Лаврик), Галина Витковська (мати обвинуваченого Романа Ужалова), Ігор Витковський (вітчим Романа Ужалова), Роман Ужалов (останній бачив Іванну живою).

Проблема/Анотація: *Серійне вбивство і зґвалтування дівчат на Україні.* В студії обговорюються питання небезпечних знайомств у соціальних мережах, які нерідко закінчуються трагедією, а саме: викраденням, зґвалтуванням та жорстоким убивством.

25. Дата ефіру: 20.01.14.

Хронометраж: 44 хвилини.

Назва випуску: «Мауглі із Вінниці».

Експерти програми та інші: Олена Щербань (міс України 2000 р.), Вероніка Марценюк (вінницький журналіст), Влад Волошин (радіоведучий), Алевтина Шевченко (психолог), Тамара Іляшенко (консультант центру психологічної допомоги), Ольга Семешкина (педагог, режисер, хореограф), Ілона Клешніна (фахівець з навчання етикету та поведінки в суспільстві), Тарас Тополя (фронтмен гурту

«Антитіла»), Наталя Облетова (педагог), Вікторія Зубрейчук (телеведуча), Інна Дончик (психолог).

Головні герої: Валентина Кудря (мати Олі Кудрі), Євгенія Синявська (бабуся Ольги), Євгенія (сусідка Ольги), Оля Кудря (соціально неадаптована дівчина).

Проблема/Анотація: *Соціальна деградація. Насильство над дітьми.*

Через те, що у Валентини Кудрі був агресивний співмешканець і бив її доньку Олю до крові, старенька бабуся вирішила забрати дворічну дитину до себе і приховати від усіх людей, від гріха та злого вітчима. Таким чином через гіперопіку бабусі, Оля була повністю ізольована від суспільства. Дівчина вперше вийшла на вулицю у свої 26 років. Вона не вміє розмовляти та писати. Як сьогодні адаптується Оля до соціуму?

Розгорнутий структурно - тематичний аналіз соціального ток - шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» в період з 2013 по 2018 роки

Аналізуючи структурно-тематичну характеристику, подану нами вище, ми зазначаємо, що у перших трьох її пунктах: «№ з/п», «дата ефіру», «хронометраж», внесено коротку структурну характеристику випусків, а саме: дату (коли випуск вийшов до ефіру на телеканалі) та тривалість ток-шоу, яка у кожної програми різна: «Різдвяні дива» (49 хв.), «Рукавички з любов'ю» (1 год. 30 хв.), «На порозі епідемії» (45 хв.), «В епіцентрі вибуху» (48 хв.), «Спартанське виховання» (44 хв.), «Рабиня із Згурівки» (1 год. 30 хв.), «Помилка без висновків» (44 хв.), «Лозина для сестри» (44 хв.), «Тато по фотографії» (44 хв.), «Вимушена зрада» (45 хв.), «Послання для тата» (45 хв.), «Дурна слава» (44 хв.), «Всупереч природі» (43 хв.), «Магія спокуси» (45 хв.), «Син від зятя» (1 год. 30 хв.), «Чуже весілля» (43 хв.), «Дитина

дівчинки» (45хв. + 43 хв.), «Штучна краса» (45 хв.), «Діти дітей»(43 хв.), «Звинувачення невістки»(44 хв.), «Таємниця двійні» (1 год. 30 хв.), «Ласкавий вітчим» (1 год. 40 хв.), «Підгодована небезпека» (44 хв.), «Хочу жити» (42 хв.), «Вбивство Іванни Міщенко» (45 хв.), «Мауглі з Вінниці» (44 хв.). Згідно перегляду ефірів даного соціального проекту, ми виявили, що тривалість прямо залежить від складності теми та розвитку подій у ток-шоу. Ми з'ясували, що випуски, хронометраж яких перевищує середній час 45 хвилин, максимально насичені позапрограмними журналістськими розслідуваннями, власними дослідженнями журналістів телеканалу «Інтер». Для більш детального аналізу соціальної проблеми, творчий колектив проекту «Стосується кожного» залучає усі можливі ресурси та кваліфікаційний персонал на предмет теми з метою допомогти людям реально, а не тільки на словах в ефірі. Таким чином у багатьох програмах було оприлюднено результати тестів ДНК на визначення батьківства чоловіків, які заперечували свою причетність до ранніх вагітностей малолітніх дітей та інтимні стосунки з неповнолітніми школярками; проведені генетичні дослідження хвороб на міжнародному рівні, завдяки яким у однієї української родини з'явився шанс вилікувати в США свою доньку; власні журналістські розслідування викрили злочинність лікарів, які займалися торгівлею дітей.

Переходячи до наступного пункту таблиці *«Назва випуску»* ми звертаємо увагу на те, що кожна назва програми є провідною темою ток-шоу. Вона завжди зрозуміла, проста при подачі для телеглядачів, виступає в якості звукового логотипу, символізуючи сюжет, наприклад: *«Мауглі із Вінниці»* – розкриває суспільний статус дівчини з Вінниці, яка у свої 26 років абсолютно соціально неадаптована, через те, що росла в диких побутових умовах без навчання та виховання, які їй створили рідні; *«Ласкавий вітчим»* – вже на початку ток-шоу вказує на підозрілу поведінку чоловіка по відношенню до своєї падчерки, а під час програми викриває його чіткі ознаки педофілії; *«Спартанське виховання»* – дає зрозуміти, що

мова буде йти про перевищення батьківських обов'язків і навіть фізичне насильство над дітьми, адже аудиторія 16+ співставляє у своїй уяві слово «спартанське» з військовим, жорстоким вихованням; *«Рукавички з любов'ю»* – як символ випуску, адже саме їх зв'язала і принесла до студії мама, яку позбавили батьківського права на п'ятьох дітей через її аморальну соціальну поведінку, проте, в знак реабілітації, та прояву своєї материнської любові, вона подарувала плоди своїх старань малятам. Такі початки в журналістській практиці вважаються виграшними, вдалимими та успішними. Використані у назвах випусків фразеологізми гармонійно відображають зміст програми, інтригують і привертають увагу аудиторії.

Телеведучий, Андрій Данилевич розпочинає ток-шоу, а значить від його подачі інформації, вправної і вдалої телекомунікації залежить увесь подальший ефір. Він майстерно, використовуючи методи ораторського та акторського мистецтва, відштовхується від назви теми, яка має максимально утримати увагу глядача. Подані у нашій характеристиці назви випусків, є вражаючими, сенсаційними та контрастними. Вони виступають асоціативним феноменом кожної соціальної проблеми, яка розглядається, розкривається та вирішується у студії.

Аналізуючи пункт *«Експерти програми»*, ми можемо зазначити, що у кожному випуску ток-шоу *«Стосується кожного»* людей, які за програмою входять до ланки експертів чимало, здебільшого їхня кількість становить у середньому 6-7 осіб. Залежно від теми та змісту проблеми, що обговорюється, до студії запрошуються провідні спеціалісти з різних галузей, які б мали фаховий, високопрофесійний погляд на життєво-важливе питання, серед них: юристи, психологи, лікарі, політики, представники громадських організацій, правоохоронних органів: Ольга Голубовська (Заслужений лікар України, інфекціоніст), Отець Феодосій (богослужитель), Інна Дончик (психолог), Ірина Антошко (представник у справах дітей міста Києва), Ганна Горбань (педіатр), Віктор Сердюк (Президент Всеукраїнського союзу захисту прав і безпеки пацієнтів), Зоряна

Черненко (юрист), Сергій Бевз (адвокат), Олена Кривуляк (експерт з питань насильства в родині), Тетяна Бачек (експерт з питань запобігання домашнього насильства), Олексій Наумук (представник служби у справах дітей), Ірина Тетера (письменниця), Костянтин Руденко (заступник директора Інституту серцево-судинної хірургії імені Амосова, професор), Олександр Мазур (голова об'єднання батьків-одинаків), Наталія Кривуца (громадський діяч), Ернст Райкенгербер (вчений-генетик США), Віта Тітаренко (релігієзнавець) та інші. Частими гостями ток-шоу «Стосується кожного» є знаменитості, артисти, шоумени, які привертають увагу глядачів своєї професійною діяльністю, публічністю, що викликає довіру та має неабиякий персональний авторитет: Анжеліка Рудницька (заслужена артистка України), Наталя Гордієнко (співачка), Борис Бурда (телеведучий), Алла Попова (Заслужена артистка України), Анатолій Мотвійчук (народний артист України), Назарій Яремчук (народний артист України), Ярослава Руденко (Заслужена артистка України), Лариса Кадочнікова (Народна артистка України) та інші. Експерти програми спостерігають за розвитком подій у студії, уважно пильнують за поведінкою та вчинками головних героїв, що в результаті є підставою для їхніх висновків, заперечень або порад. Вони можуть ділитись власним досвідом та надавати персональну допомогу учасникам ток-шоу.

Переходячи до пункту *«Головні герої програми»* ми виявляємо, що ними є пересічні громадяни, які не впорались зі своїми особистими проблемами, або не мають підтримки від соціуму. Вони є епіцентром уваги глядацької аудиторії – оприлюднюючи власні негаразди, які, бодай, щодня відбуваються в житті кожної людини. Головними героями програми стали і батьки, і пенсіонери, і навіть, діти.

Останньому пункту *«Проблема/Анотація»* поданої вище характеристики відводиться окрема частина нашого дослідження, оскільки підняття у студії та вирішення злободенного соціального питання – це

основна ідея та місія редакторської групи ток-шоу, що характеризується його соціально-педагогічною та психологічно-комунікативною роллю.

Для розгорнутого аналізу, ми визначимо, які проблеми обговорюються у соціальному проекті «Стосується кожного».

Серед них:

1. Генетична мутація, рідкісні хвороби та шляхи їх лікування.
2. Благодійні заходи щодо соціально незахищених дітей України.
3. Проблема ефективності та безпеки вакцинації на Україні.
4. Соціально-психологічна адаптація людей після нещасних випадків.
5. Психологічне бомбування – як метод шахрайства та насильства над людьми: випадки, шляхи запобігання шахрайському гіпнозу.
6. Насильство над дітьми.
7. Злісне невиконання батьківських обов'язків по догляду за дітьми.
8. Домашнє насильство.
9. Злісне ухилення від батьківських обов'язків та невизнання батьківства.
10. Зґвалтування та невизнання батьківства.
11. Розбещення малолітніх.
12. Руїнування сімейних цінностей: причини та шляхи реабілітації.
13. Переваги та недоліки пластичної хірургії, неадекватні гонки за модою.
14. Спекуляції на хворобах та їхні наслідки.
15. Торгівля дітьми.
16. Педофілія та розбещення малолітніх.
17. Небезпека від безпритульних тварин.
18. Безвідповідальність та непрофесіоналізм лікарів, що призводить до каліцтва та смертей людей.
19. Серійні убивства жінок та зґвалтування.
20. Соціальна деградація.

21.Ранні статеві стосунки та пологи: причини, небезпека, наслідки, відповідальність.

Провівши контент-аналіз випусків ток-шоу «Стосується кожного», ми з'ясували, що у проекті найбільша увага присвячується проблемам соціального захисту дітей і матерів і фактори сприяння здоров'ю українського населення. Логічним підтвердженням нашої гіпотези є те, що журналісти телеканалу «Інтер», разом з редакторською групою даного ток-шоу, ще 1 вересня 2016 року запустили соціальну ініціативу «Життя дітей – не дрібниця», мета якого – збір коштів на придбання життєво необхідного обладнання для немовлят Інституту педіатрії, акушерства та гінекології – апарату штучної вентиляції легенів. Телеканал «Інтер» вже подарував декілька апаратів медичному закладу і продовжує активно працювати у цьому напрямку. Існує припущення, що в таких заходах зацікавлений кожен, хто входить до творчої групи даного телересурсу через те, що абсолютно всі вони мають власних дітей і питання їхнього «соціального захисту» для них – природне.

Таким чином, нам вдалось здійснити структурно-тематичний аналіз проекту «Стосується кожного» та виявити соціальне спрямування даного ток-шоу.

2.2. Соціально-комунікативна роль Андрія Данилевича в ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер»

У своїй науковій праці «Соціально-педагогічні аспекти тележурналістики» Шведова Я.В. зазначає, що соціальне становлення особистості глядача здійснюється ефективніше під впливом тележурналіста (телеведучого), озброєного педагогічними та соціально-комунікативними механізмами [61].

В ток-шоу «Стосується кожного» ми спостерігаємо, що Андрій Данилевич, як досвідчений та високопрофесійний тележурналіст,

використовуючи ті чи інші механізми впливу на внутрішню та зовнішню аудиторію, забезпечує програмі високий рейтинг, викликає у глядача соціальну активність, позитивні почуття, співпереживання, групову мотивацію важливих рішень, особисту відповідальність і певну волю до дію.

Переглянувши випуски даного проекту, очевидно, що телеведучий використовує власні соціально-комунікативні методи:

- **метод впливу** (*«Каждая мама должна беспокоиться о судьбе своего ребенка. И это важно. И это касается каждого!»; Пусть измена и обман обходят вас стороной. Берегите свои семьи и своих детей. Это важно. И это касается каждого!»*);

- **метод інформування** (*«Семиклассница Татьяна Гусак из Винницкой области – беременна!!! Ходят слухи, что отец ребенка – отчим Тани – 38-летний Сергей Папчук, а Катю Гусак, мать 12-летней Тани, сейчас хотят лишить родительских прав на всех ее пятерых детей. Девочка Таня больше всего боится, что после родов у нее заберут ребенка, а ее вместе с братиками и сестричками поместят в интернат. В студии «Касается каждого» мы узнаем, решится ли отчим Тани пройти ДНК-тест на отцовство? И какой может быть судьба девочки, которую родит 12-летняя школьница?»*);

- **метод дискусії** (*«Ну почему вы так считаете? От куда вам это известно, а что на это скажет мать Елены Кравец? Елена, это правда?», «Я вижу, Екатерина, вы киваете головой, вы с этим не согласны?», «Давайте послушаем нашего гостя, эксперта, юриста. Сергей Бевз в нашей студии. Сергей, можно ли найти этой семье правильное решение?»*);

- **вербальний метод** (*«Вы понимаете, что это явные признаки ПЕДО-ФИ-ЛИИ! Давайте послушаем криминалистов и доктора! Они у нас в студии!»*);

- **невербальний метод** (міміка – здивування, шок, страх, співпереживання, хвилювання, радість, сміх);

Метод впливу Андрія Данилевича характеризується навчально-виховними прийомами, за допомогою яких він створює установлення, моральний закон життя, спрямовані на активність сприйняття інформації і тим самим прискорює формування соціальної моделі глядача.

На відміну від методу впливу, його метод інформування має на меті повідомити корисну, або головну інформацію, зацікавити нею аудиторію, викликати шквал емоцій, налаштувати на роздуми і спонукати до соціальної активності суспільство.

Метод дискусії Андрія Данилевича створює у телеглядача ефект присутності, особистісного спілкування, феномен достовірності і конкретики. Ведучий може переривати учасників ток-шоу, заперечувати і надавати слово іншим, щоб досягти істини і правдивості. Такий журналістський підхід дозволяє глядачеві бачити і слухати, як вирішуються важливі питання «наживо», в полеміці – як залучаються до розмови експерти. Аудиторія спостерігає за драматичним розвитком подій у студії. Телеглядачі стають свідками народження нових думок відомих людей, і самі автоматично розмірковують над проблемою.

Вербальний метод телеведучого характеризується ефективністю його усної мови, культури мови і техніки [40]. Важливими складовими вербального методу Андрія Данилевича є змістовність, лаконічність, чіткість, ясність, конкретність, логічність думок та емоційна виразність слів. Він завжди працює над голосом, інтонацією, щоб підсилити значимість соціальної проблеми. Також, це підкреслює його ораторські та артистичні здібності. Проте, варто віднести до професійного недоліку той факт, що телеведучий українського ток-шоу, в епоху національно-культурного відродження країни, спілкується у програмі російською мовою. Та хоча це – негативна ознака у його вербальному методі, але вона не руйнує журналістську майстерність та соціально-комунікативну роль.

Невербальний метод Андрія Данилевича передбачає прояв на його обличчі посмішки, або страху, здивування, або відрази. Міміка оживляє

ведучого, надає йому ознак «людяності», ширості, відвертості, об'єктивності. Глядач спостерігає за рухами і мімікою телеведучого, які інколи говорять більше, ніж слова. Жестикуляція Данилевича допомагає краще показати своє ставлення до події, передати певні думки і почуття. Його комунікабельність, пантоміміка, динаміка рук і пальців сприяють утриманню уваги аудиторії, забезпечує повне сприйняття інформації.

Таким чином, ми з'ясували, що Андрій Данилевич у програмі «Стосується кожного» має значний вплив на внутрішню і зовнішню аудиторію. Проект вимагає від нього, як від ведучого – ерудиції і адекватних знань соціальних проблем, про які він має повідомляти аудиторії (когнітивний аспект), його ширості, об'єктивності, впевненості у тому, про що він говорить (емоційний аспект), а також його вмінь адекватно висловлювати свої думки (поведінковий аспект).

Соціально-комунікативна роль Андрія Данилевича полягає у його професійній суспільно-правовій позиції, як ведучого не просто розважального ток-шоу. Працюючи над проектом «Стосується кожного», він керується особистісними журналістськими якостями, відштовхуючись від власних соціально-моральних цінностей, здібностей та соціальної орієнтації (вміння відрізняти добро від зла, поширювати культуру, формувати сімейні цінності, відстоювати права дітей тощо).

Варто зазначити, що він – майстерний комунікатор, пристосовується до співрозмовника, підтримує живу розмову у студії, як з дітьми різного віку, так і з дорослими, простими людьми, не залежно від їхнього соціального статусу. Для глядача такий підхід ведучого є дуже позитивним чинником. Аудиторія ніби воедино втілюється в образ Данилевича, надає його слову перевагу та довіру. У такій атмосфері вдало сформувався авторитет журналіста та імідж. Його професіоналізм та досвід в тележурналістиці дозволили використовувати потужний засіб взаємодії на колективну свідомість. Сьогодні телеглядач оцінює його, як об'єктивного аналітика, сміливого борця з соціальною несправедливістю, розумного,

впевненого і рішучого журналіста, адже у випусках програми «Стосується кожного» ми спостерігаємо, як він «на рівних» розмовляє з чиновниками, лікарями, військовослужбовцями та відомими великій аудиторії людьми, чітко розрізняючи «чорне від білого» і публічно викриває людську байдужість, і, навіть, кримінал. В студії часто справа доходить до кульмінації, драматизму та екстриму. Андрій Данилевич вправно справляється з емоціями співрозмовників та подекуди «бійками» між учасниками під час програми. Навіть коли, один з гостей у студії звинувачував телеведучого у змові з одним із героїв проекту, журналіст не став щось заперечувати, або посилати режисерам сигнал «вимкнення мікрофону», навпаки – він надав йому право слова, аби вислухати, чому існує така думка і чим вона обумовлюється: *«Подождите, подождите, нет, вы уж продолжите, то, что сказали. Ну, раз озвучили, так аргументируйте свое умозаключение. Почему вы так считаете? Давайте мы вас выслушаем до конца! Вместе разберемся!»* Це підкреслило його демократичність, сміливість, харизматичність, рішучість та справедливість. Він не став грубити учаснику ток-шоу, або поводитись жорстоко по відношенню до чоловіка: вислухавши наклепи, Андрій Данилевич виділив під час програми хвилину, аби докладніше все пояснити: *«В чем сговор, Сергей? В том, что вы являетесь отцом этого ребенка и это не признаете? В том, что вы не обеспечиваете его одеждой, едой? Где признаки сговора? Разве нормально, когда ребенок родился от папы и мамы, но растит его мама, а отец не принимает никакого участия в его жизни? Объясните? Или это нормально для вас?»*. Відповідь телеведучого пролунала настільки впевнено, що співрозмовник змовк та опустил голову, а студія аплодувала Андрію Данилевичу.

Таким чином, можемо зазначити, що телеведучий формує у програмі «Стосується кожного» морально-етичні погляди і смаки своїх телеглядачів. Будь-яка деталь у його погляді, слові, поведінці, має соціально-виховну функцію. Він стає взірцем для суспільства.

Важливою складовою телеведучого також є його зовнішній вигляд. Спілкуючись з Андрієм Данилевичем у соціальній мережі «Фейсбук», ми дізнались, що перед ефіром він навіть знімає годинник, тому що цей аксесуар може відволікти глядача від розгляду проблеми у студії. Журналіст завжди постає перед публікою у класичному чорному, або сірому костюмі, що характеризує його солідний стиль.

Проте, сам телеведучий вважає, що незалежно від досвіду, рівня освіти та зовнішності, треба постійно удосконалювати себе і підвищувати власну соціальну культуру, тим паче в Україні, яка сьогодні знаходиться у режимі «Перевантаження» з усіма її особливостями.

Отже, соціально-комунікативна роль телеведучого ток-шоу «Стосується кожного» Андрія Данилевича полягає у його компетентності, благодійних намірах, максимальній взаємодії з аудиторією та бажанні служити людям.

2.3. Дослідження соціально-психологічного аспекту впливу на аудиторію ток-шоу «Стосується кожного»

В нашій роботі ми вже зазначали значущість та необхідність існування на телебаченні соціальних ток-шоу. Ми дослідили соціально-комунікативну роль телеведучого, його взаємодію з аудиторією, розробили та проаналізували структурно-тематичну сітку програми «Стосується кожного» в період з 2013 по 2018 роки з її найрезонанснішими випусками та визначили функції даного соціального проекту.

Нам вдалось встановити зв'язок з телеведучим ток-шоу Андрієм Данилевичем і психологом-експертом Інною Дончик через соціальну мережу «Фейсбук» з метою отримання повної інформації про функціонування програми з усіма її перевагами та недоліками. У сукупності – це дало нам підстави об'єктивно сформулювати соціально-психологічний аспект впливу ток-шоу «Стосується кожного» на аудиторію.

Також, для даного дослідження ми залучили наукові праці Коваль А.В., [40] Шведової Я.В. [61] та безпосередньо 25 найгучніших випусків програми, в яких піднімаються гострі суспільні питання (генетична мутація, рідкісні хвороби та шляхи їх лікування, проблема ефективності та безпеки вакцинації, захист родинних цінностей, торгівля людьми, соціальний захист дітей, розбещення малолітніх, ранні статеві стосунки дітей тощо). Окрім трансляції ефірів на телебаченні, програма має свій інтернет-канал у всесвітньо відомому відеохостингу YouTube, де розміщує та зберігає абсолютно усі випуски ток-шоу «Стосується кожного». При цьому будь-хто із користувачів Інтернету має унікальну можливість ретельно і неодноразово переглянути записи і залишити коментарі.

Так наприклад, випуск «Ласкавий вітчим» має 50 коментарів та 348 537 переглядів. Випуск «Рукавички з Любов'ю» - жодного коментаря і 97 080 переглядів. «Таємниця двійні» - 33 коментаря, 265 191 переглядів, а «Всупереч природі» (про генну мутацію дитини) - 685 коментарів та 1 254 198 переглядів [Додаток В, Додаток Г].

Переглянувши та оцінивши коментарі до випусків програми, ми дійшли висновку, що всі вони доповнюють меседж телеведучого і повністю слідує його моральним принципам. Це вказує на те, що ток-шоу «Стосується кожного» є засобом виховання та передачі знань, трансляції образу думки і соціального становлення особистості. А поширення телевізійної інформації у студії – є способом соціально-психологічного впливу на свідомість і поведінку людей.

Згідно даних Індустріального телевізійного комітету України, даний проект на сьогодні має найвищий рейтинг перегляду за аудиторією 18+, (Україну сколихнув випуск програми "На смітнику життя", який подивилися більше 4,7 млн. осіб. Частка випуску серед глядачів 18+ в Україні становила 20,1%). Соціальне ток-шоу "Стосується кожного" вже вкотре стало беззаперечним лідером свого слоту [53].

Друге місце посідає ток-шоу телеканалу СТБ «Один за всіх» та телеканалу Україна «Говорить Україна».

Авторитет та довіра аудиторії соціального проекту «Стосується кожного» залежить від реалізації його місії: порушувати важливі суспільні питання, запрошувати кваліфікованих реальних експертів до студії, надавати людям, героям програми не тільки право слова, але й отримати їм фахову допомогу, рекомендації щодо вирішення актуальної проблеми, яка є типовою для кожного громадянина, тобто, з якою може зіткнутись кожний. Важливим фактом є ще те, що журналісти стежать за подальшими життєвими долями, тих, хто одного разу звернувся до редакції. «Ми шукаємо їм допомоги навіть поза лаштунками, і не завжди про це говоримо, аби не хизуватись перед глядачами. Для нас – важливий результат, а не показ та інсценіровка», – поділився зі мною секретом роботи Андрій Данилевич.

Фрагмент онлайн-інтерв'ю з Андрієм Данилевичем:

– "Стосується кожного" – ток-шоу про нас з вами, – каже ведучий Андрій Данилевич. – Про тих, хто їде на роботу в маршрутці, і про тих, хто їде у справах у престижному автомобілі, про тих, хто живе у спальному районі, і тих, хто живе у заміському особняку. І коли разом з фахівцями, експертами, людьми, готовими поділитися своїм досвідом зможемо підвести героя програми до вирішення проблеми або підказати йому вихід з тієї чи іншої ситуації - це буде нашою спільною перемогою". [65]

Телеведучий з тривогою згадав випуск «Зцілення любов'ю», в якому мова йшла про долю юнака і його матір. Сталась трагедія: на хлопця напав грабіжник і сильно травмував. Більше 7 років за ним доглядала його мати. Вона відмовилась від усього і присвятила себе сину. Вона живе виключно піклуванням, любов'ю та вірою, що юнак обов'язково одужає. У студії лікарі аплодували їй стоячи. Сталося диво: у хлопця почали відновлювати зруйновані клітини лівої півкулі головного мозку. Кандидат медичних наук,

хірург Виноградов сказав: «Для кращої уяви, я поясню – це однаково, що у людини, якій, вибачте, відірвало руку, на тому ж місці почала рости нова!».

Дійсно, такі історії змушують нас замислюватись, розмірковувати, вчитись, співпереживати. Вони надихають і вражають, а інколи, навіть і травмують, що характеризуються за Шведовою Я.В., психотравмуючими та психотерапевтичними ознаками.

Психотравмуючий механізм впливу на аудиторію полягає у тому, що журналісти ток-шоу «Стосується кожного» орієнтують глядачів та героїв програми на пошук причин проблеми, трагедії, або нещасного випадку, тим самим підсилюючи ступінь психологічної травми людей. Навіть на початку ефіру, внутрішню та зовнішню аудиторію навантажують певним негативним соціальним явищем, ніби занурюючи кожного, хто долучається до даної теми. Психологічно травмується в першу чергу головний герой, якого запросили до студії, йому знову нагадають і перечитують його особисті проблеми, тільки вже у публічній формі. Він може зустрічатись під час ефіру з небажаними для нього людьми (ворогами, опонентами), вступати з ними в конфлікт, або недобррозичливу розмову. Як це відбувалось у випусках «Чуже весілля», «Підгодована небезпека», «Вбивство Іванни Міщенко», «Ласкавий вітчим», «Таємниця двійні», «Дитина дівчинки». До речі, стосовно останнього, взагалі існує безліч запитань власне як до телеканалу, так і до редакції ток-шоу «Стосується кожного». В багатьох ЗМІ ми знайшли скарги щодо ефіру про вагітну 12-річну дівчинку та її пологи. Деякі журналісти наголошують на тому, що телеканалом було порушено ряд прав дитини і недотримана журналістська етика по відношенню до юної мами. Це обумовлюється тим, що у студії були оприлюднені результати ДНК на визначення батьківства 36-літнього Сергія Гусака (вітчима малолітньої Каті), які підтвердили його інтимні стосунки з малолітньою падчеркою, хоча сама Катя не зізнавалась добровільно, хто насправді є батьком її дитини. Також до ефіру вийшов відеозапис, на якому видно процес годування новонародженої дитини у лікарні з неприхованими

частинами тіла Каті, що не є естетичним для публічного показу. Це – великий морально-психологічний недолік, за який відповідатиме відтепер колектив телеканалу «Інтер».

Якщо ж аналізувати вплив програми на зовнішню аудиторію, наприклад дітей, то мусимо сказати, що їх у певній мірі також психічно травмують подібні випуски. Зазначимо, що саме в силу їхнього забарвленої уяви, школярі та дошкільнята після перегляду сюжетів з таким змістом – погано засинають, вони починають жити у страху і хвилюванні. Ця аудиторія – є більш емоційно-нестійкою і надзвичайно вразливою, тому варто ставити позначку-вказівку віку для перегляду під час трансляції ефіру, і можливо, прайм-тайм перемістити з 19.00 на 20.00.

У дорослих, на відміну від дітей, після перегляду подібних випусків можуть спостерігатись ознаки депресії, хвилювання, паніки, тривоги, люті та емоційного шоку. Це спричиняє формування в аудиторії відчуття незахищеності і страху, зниження довіри до влади і силовим структурам, які покликані захищати інтереси і права громадян. Отже, психотравмуючий фактор впливу на людей – є негативним явищем ток-шоу. Проте, реакція телеглядачів на подібні сюжети достатньо неординарна. Одні обмежуються коментарями під відеосюжетом в Інтернеті, інші – відчувають задоволення від адреналіну, треті – використовують побачене, як навчально-методичний посібник життя, четверті – користуються способами для своїх майбутніх злочинів.

Попри зазначені вище негативні реакції аудиторії на перегляд даної програми, ми виявили існування і механізму психотерапії в проекті «Стосується кожного», який спрямований на пом'якшення і видалення неприємної симптоматики у телеглядача. Це обумовлюється тим, що телеведучий разом з творчою групою, у студії постають в ролі захисників справедливості, чесності, пропагують морально-етичні, родинні цінності, прищеплюють любов до Батьківщини та близьких. Телеведучий у студії завжди намагається розв'язати конфліктну ситуацію, примирити батьків та

дітей, чоловіка та дружину («Дети детей», «Чужая свадьба», «Искусственная красота» та ін). Він втілює віру та надію в любов та перемогу добра над злом. Андрій Данилевич, звертається під час програми до кваліфікованих експертів, з метою допомогти людям, шукає шляхи вирішення їхніх соціальних питань. Тому можна сказати, що на телебаченні він постає, як соціальний педагог, психолог, суддя та лікар, що в повному обсязі реалізує соціальну мету та завдання проекту.

Отже, досліджуючи даний підрозділ нашої роботи, ми дійшли висновку, що ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі Інтер – є потужним, телевізійним механізмом впливу на аудиторію та новим, соціальним локомотивом українського суспільства.

ВИСНОВКИ ДО ІІІ РОЗДІЛУ

В результаті дослідження було проведено структурно-тематичний аналіз ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» за наступними критеріями: дата випуску, хронометраж, назва сюжету, експерти, головні герої та проблема, яка піднімається у програмі. В результаті чого ми визначили, що в більшості програм висвітлюються теми домашнього насильства, рідкісних хвороб, злісного невиконання батьківських обов'язків, розбещення малолітніх і соціальної деградації. Тому, головне завдання ведучого (Андрія Данилевича) – постійно повертати будь-яку суперечку у студії до предмету обговорення даної проблеми.

Складова професії телевізійного ведучого ґрунтується на попередній підготовці та вивченні специфіки роботи в студії з аудиторією.

Ми дійшли висновку, що ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі Інтер – є потужним, телевізійним механізмом впливу на аудиторію та новим, соціальним провідником українського суспільства.

Переглянувши та оцінивши коментарі до випусків програми, ми з'ясували, що всі вони доповнюють меседж телеведучого і повністю слідує його моральним принципам. Це вказує на те, що ток-шоу «Стосується кожного» є засобом виховання та передачі знань, трансляції образу мислення і соціального становлення особистості. А поширення телевізійної інформації у студії – є способом соціально-психологічного впливу на свідомість і поведінку людей.

У дослідженні даного розділу було виявлено, що соціально-комунікативна роль телеведучого ток-шоу «Стосується кожного» Андрія Данилевича полягає у його компетентності, благодійності, максимальній взаємодії з аудиторією та бажанні служити людям, він має значний вплив на внутрішню і зовнішню аудиторію.

Проект вимагає від нього, як від ведучого – ерудиції і адекватних знань соціальних проблем, про які він має повідомляти аудиторії (когнітивний

аспект), його щирості, об'єктивності, впевненості у тому, про що він говорить (емоційний аспект), а також його вмінь адекватно висловлювати свої думки (поведінковий аспект).

Соціально-комунікативна роль Андрія Данилевича полягає у його професійній суспільно-правовій позиції, як ведучого не тільки розважального ток-шоу.

Таким чином, ми дійшли висновку, що проект «Стосується кожного» несе у суспільство соціальну та психологічно-реабілітаційну місію.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження досягнуто мету дипломної роботи, вирішено усі поставлені завдання, що дає підстави для наступних висновків.

1. Ток-шоу – це яскравий приклад медіагри і має різну змістовну специфіку з усіма її відповідними завданнями. На сучасному українському телебаченні ток-шоу бувають: політичні, соціальні, психологічні, спеціальні, змішані, кулінарні, інтелектуально-мистецькі. Вони виконують низку суспільно-значущих функцій: пізнавальну, інтелектуальну, розважальну, психологічно-реабілітаційну, культурно-просвітницьку та видовищну.

2. Важливою особливістю ток-шоу «Стосується кожного» є те, що під час його створення, редакторами завжди враховуються динаміка інтересів та настрою телеглядача. В процесі обговорення серйозної теми використовуються невтомлювані для аудиторії форми: проекти розраховуються на емоційність, враження, видовищність, екстрим, постійні кульмінації.

3. Структурно-тематичний аналіз проекту передбачає класифікацію 25 найрезонансніших випусків ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» в якому досліджуються тривалість ефіру, учасників, головних героїв, експертів програми, головна тема; на основі яких визначено суспільні завдання програми «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».

4. На основі контент-аналізу виявлено гостросоціальні питання, які піднімаються у ток-шоу «Стосується кожного»: насильство над дітьми, домашнє насильство, соціальний захист населення, проблема медичного обслуговування, небезпека від безпритульних тварин, розбещення малолітніх, ранні сексуальні відносини і пологи, проблеми родинного виховання, боротьба з рідкісними генетичними захворюваннями та інші.

5. Мета редакторського колективу телеканалу «Інтер» – реалізувати соціальну місію проекту. Журналісти відстежують зміни в житті героїв після ефіру, надають їм різноманітну підтримку від залучення до

благодійних аукціонів, до соціальної чи фізичної реабілітації під патронатом кваліфікованих спеціалістів та експертів.

6. Досліджено професійну діяльність телеведучого Андрія Данилевича та принципи взаємодії із зовнішньою й внутрішньою аудиторіями. Визначили, що у проекті він постає: комунікатором з вирішення соціального питання, борцем за справедливість, збереження родинних традицій і цінностей, служителем суспільства, соціальним педагогом та психологом. Телеведучий використовує власні журналістські соціально-комунікативні методи: метод впливу; метод інформування; метод дискусії; вербальний метод і невербальний метод.

7. Проаналізовано соціально-комунікативну роль Андрія Данилевича, що полягає у його професійній суспільно-правовій позиції, як ведучого важливо значущого ток-шоу. Працюючи над проектом «Стосується кожного», він керується особистісними журналістськими якостями, відштовхуючись від власних соціально-моральних цінностей, здібностей та соціальної орієнтації (вміння відрізнити добро від зла, поширювати культуру, формувати сімейні цінності, відстоювати права дітей тощо).

Ми довели важливість та необхідність існування проекту на українському телебаченні і з'ясували, що ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер» – є потужним, телевізійним механізмом впливу на аудиторію.

Дане дослідження не вичерпує коло проблемних питань, пов'язаних з існуванням, створенням, специфікою підготовки ток-шок на сучасному українському телебаченні. Темати подальших наукових досліджень можуть бути: «Роль ведучого на українському телебаченні», « Специфіка концепції програми в жанрі ток-шоу», «Вплив ток-шоу на формування соціальної свідомості населення».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білаш В. Медіасап'єнс. Телекритика. URL:
<http://ru.telekritika.ua/rinok/2013-11-22/87755>
2. Богачев М. И. Методы воздействия на аудиторию в программе Андрея Малахова «Пусть говорят». URL: <http://mic.org.ru/index.php/new/211-metody-vozdeystviya-na-auditoriyu-v-programme-andreya-malakhova-pust-govoryat>
3. Бурмака М. В. Контактні програми на телебаченні: особливості «допродакшн», «продакшн» і «постпродакшн» періодів. URL:
<http://www.library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/>
4. Голодникова Ю. А. Политические ток-шоу как всеукраинская медиаигра // Ученые записи Таврического национального университета им. В.И.Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». 2008. С. 268-276
5. Голубенко Т. А. Молодий вчений. Алгоритм діяльності соціального журналіста на українському телебаченні. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/
6. Голядкин Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. 2001. 43 С.
7. Грубич К.З. Форматом своєї програми пробитись на центральний канал практично нереально. URL http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?
8. Грушин Б. Мовні засоби впливу в радіо- і тележурналістиці. URL:
www.dissercat.com/content/yazykovye-sredstva-vozdeystviya-v-radio-i-televizhurnalistike
9. Дейнегіна Т.О. Майстерність телеведучого : вступ до спеціальності.: навчальний посібник. передм. Володимира Горпенка. Луганськ : ТОВ «Віртуальна реальність», 2010. 332 с.

10. Демченко В.Д. Еволюція екранного образу тележурналіста : від людини без властивостей до особи-бренду. Вісн. Дніпр.: ун-ту. 2013. С. 3-7
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномені, механізми и защита. М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 344 с.
12. Дячук.К. Зрада чи перемога: якою є українська журналістика сьогодні. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21504488>]
13. Житницький А.З. Драматургія масових театралізованих заходів: навчальний посібник. Харків: ХДАК, 2004. 128 с.
14. Касается каждого. Варежки с любовью. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DzP7Xr08YVc>:
15. Касается каждого. Вопреки природе. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9fbbfqcdvw4>
16. Касается каждого. Вынужденная измена. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aYKkrKBuq-E> ;
17. Касается каждого. В эпицентре взрыва. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=64SWcsfZkPw> ;
18. Касается каждого. Дети детей. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_3Ol4wKf8uU
19. Касается каждого. Дурная слава. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ttCqIycz84Q>
20. Касается каждого. Искусственная красота. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uLVRsPNKM6k>
21. Касается каждого. Ласковый отчим. URL: https://www.youtube.com/watch?v=lGh7N_JR60E
22. Касается каждого. Лозина для сестри. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=7_thVnJQfdw.;](https://www.youtube.com/watch?v=7_thVnJQfdw;)
23. Касается каждого. Магия соблазна. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LbMk41D1YG4>
24. Касается каждого. Маугли из Винницы. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4ut5HhljNxc>

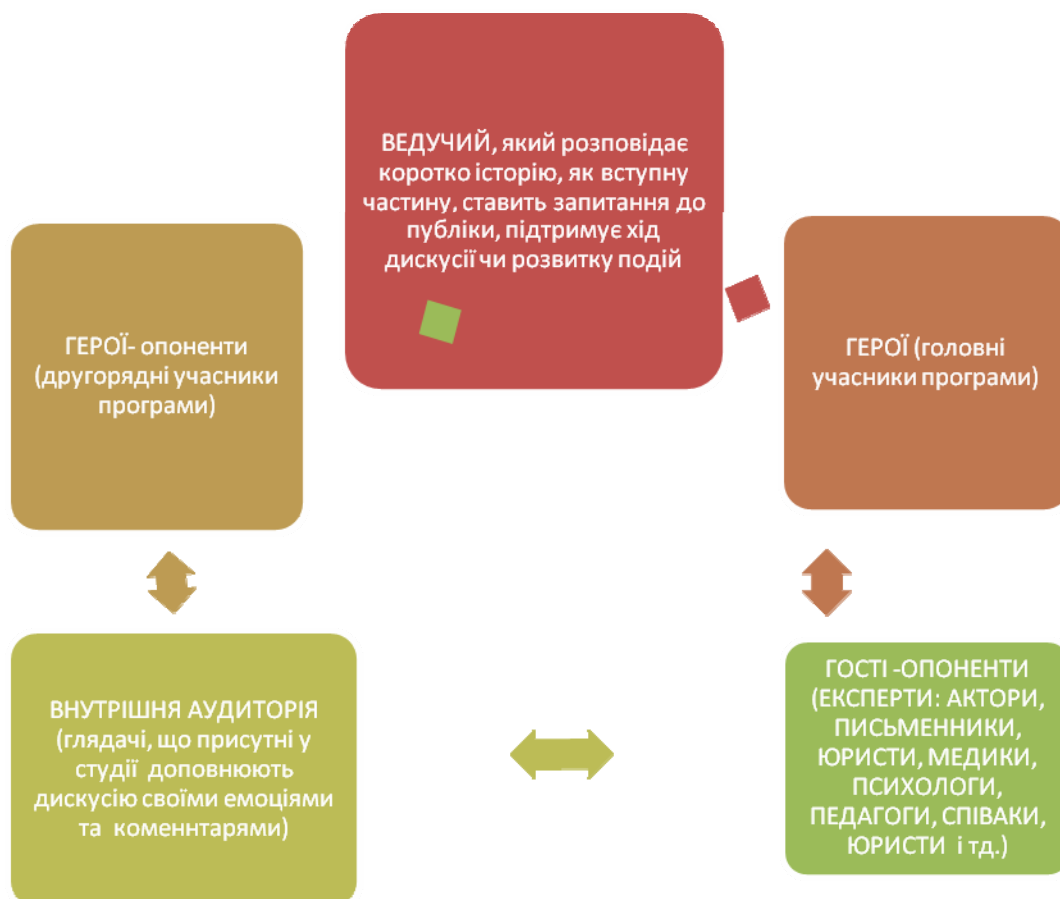
25. Касается каждого. На пороге эпидемии. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=BjBOY_9CPyc
26. Касается каждого. Обвинения невестки. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=8l7E_vkTfgA;
27. Касается каждого. Ошибка без выводов. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=tMBkAr76Irs>
28. Касается каждого. Папа по фотографии. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=XfmTxFAr5jw>
29. Касается каждого. Подкормленная опасность. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=xO5AZZ0YdB4>
30. Касается каждого. Послание для папы. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=aNReNwrOuwk>
31. Касается каждого. Рабыня из Згуровки. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=YXPlO2f_0Tk
32. Касается каждого. Ребенок девочки. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=vqX6pbRdSrQ>
33. Касается каждого. Спартанское воспитание. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=TW9KNLmT2sY;>
34. Касается каждого. Сын от зятя. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=iRY19oWTeTM>
35. Касается каждого. Тайна двойни. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=nhFg0AFdITA>
36. Касается каждого. Убийство Иванны Мищенко. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=dTBZjswlfrw>
37. Касается каждого. Хочу жить. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=aLwvWnu5de0>
38. Касается каждого. Чужая свадьба. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=734q8W66Wwo>

39. Катыхова Д. Н. Вопросы теории драмы: действие, композиция, жанр: учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Издательство Лань; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2016. 256 с.
40. Коваль А.В. Практична стилістика сучасної української літературної мови. URL <http://irbis.nbuv.gov.ua/ulib/>
41. Куликов А. Детектор медіа // Медіапросвіта. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/andriy_kulikov_politichni_tokshou
42. Курінна Г.В. Сценарна майстерність на телебаченні. Теледраматургія : навчальний посібник. Х. : ХДАК, 2013. 189 с.
43. Лаврик О.В. основи журналістики: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 73 с.
44. Матвеева Л.В., Шкопоров Н.Б. Психология общения: краткий словарь-справочник: учебное пособие. М., 1991. 231 с.
45. Мельник Г.С. Общение в журналистике: секреты мастерства. 2-е издание, перераб. СПб: Питер, 2008. 235 с.
46. Недопитанський М. І. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва. URL: <https://www.researchgate.net/.../321275534>
47. Пальчевська Вікторія. Особливості соціальних проєктів та їх трансляції в українському телепросторі . Науковий блог // Національна університет «Острозька академія». URL: <https://naub.oa.edu.ua/>
48. Покуліта І.К., Козубенко О.А. Роль розважального змісту шоу-індустрії в інформаційному векторі культурних трансформацій сьогодення». URL: socio-journal.kpi.kiev.ua/archive/2011/3/9.pdf
49. Пронина Е.Е., Пронин Е.И. Медиатехнологии: новейшие информационные технологии и феномен человека. URL: [irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe](http://irbis.nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe).
50. Саруханов В. А. Азбука телевидения. URL: <https://www.twirpx.com>

51. Соціальна проблема: матеріали Вікіпедії. URL:
[Біп://uk.wikipedia.org/wiki](http://uk.wikipedia.org/wiki).
52. Соціальні та політичні ток-шоу. Піпл хаває // Телекритика. URL:
<http://ru.telekritika.ua/rinok/print/87755>
53. СТБ запускає новий масштабний медичний проект. Телеканал СТБ.
URL: https://tilo.stb.ua/ru/member/larisa-dyatlyuk/dayut_glyadachevi_zmogu_pobachiti_spravzhni_oblichchya_politiki/
54. Ток-шоу «Стосується кожного» відсвяткувала чотири роки в ефірі. Як змінилось життя після програми? URL:
<http://inter.ua/uk/news/2017/08/28/6339>
55. Формановская Н. И. речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М.: «Русский язык», 2002. – 216 с.
56. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. Москва, 2003. С. 44
57. Фрумкин Г.М. Сценарное мастерство: кино, телевидение, реклама: учебное пособие. Изд. второе. М. : Академ. проэкт, 2007. 224 с.
58. Хилько М. М., Корнєєв В.М. Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум. Current issues of mass communication. 2014. С. 57-68. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_16_8
59. Чхетіані Т. Д. Медіаграмотність та медіа лінгвістика. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?.
60. Шандеровський К. С. Медіакомунікації та соціальні проблеми. URL:
journlib.univ.kiev.ua/Books/Mediasocprob1.pdf
61. Шведова Я. В. Соціально-педагогічна модель оптимізації соціального становлення студентів в умовах телевізійного впливу. Х.: ім.. В.Н. Каразіна, 2012. С. 245-248

62. Ярошевська М. О., Бурмістенко Т.В. Основні учасники комунікативної ситуації ток шоу. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe
63. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика // Посібник. 2-ге вид., доповн. і переробл. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 262 с.
64. Babenko V. Spectacular communication: methods and forms of interaction, theaesthetic form of entertainment. Newsletter of the Lviv University Press, journal series. Vol. 34, Lviv, 2011 y. P. 4– 13
65. URL : https://inter.ua/uk/programs/social/kasaetsya_kazhdogo

ДОДАТОК А



ДОДАТОК Б

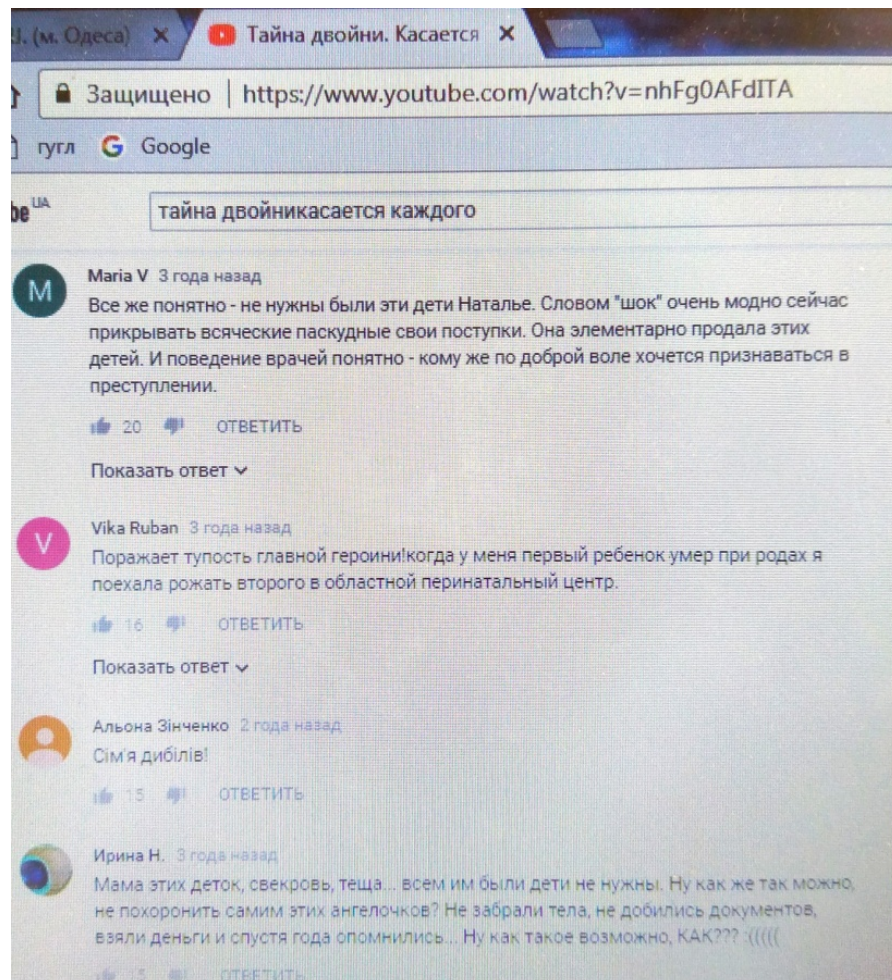
Таблиця 1. **Прийоми маніпуляції на телебаченні за В. О. Мазуром**

Фейк	— найбільш brutальний та провокаційний метод, удар нижче пояса. Це вигадана від початку до кінця історія, свідомо дезінформація.
Напівправда	— підтасовка фактів, виняток із загальної картини несприятливих елементів.
Ефект присутності	— імітація реальності для підвищення цінності інформації. Ілюзію створюють різким смикання камери, браком по картинці, нібито <u>прихованою камерою</u> і т.д.
Свідок	— фальшивий очевидець, або компіляція слів реального щоб вийшов потрібний смисловий і емоційний ряд.
Поспішне узагальнення	— логічна маніпуляція – подання поодиноких фактів як чіткої системи.
Доведений факт	— прийом видачі бажаного за дійсне. Риторичний хід з деморалізуючим підтекстом.
Важливе неважливе	— зміщення акцентів на користь замовника.
Монополія	— домінування однієї теми лише однієї сторони, блокада або надійний контроль контраргументів, формування порядку денного.

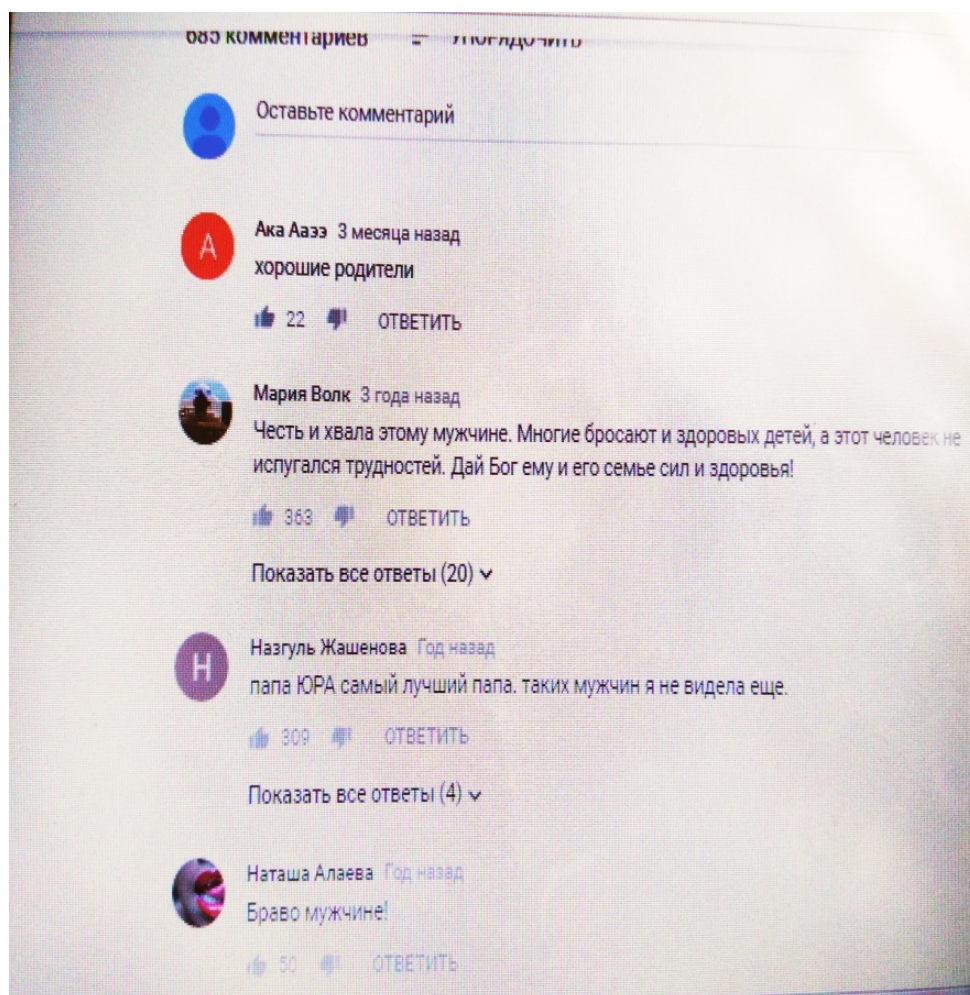
Франкенштейн	— штучно створена проблема, роздута до масштабів кошмару силами медіа.
Створення асоціацій	— беремо хороших хлопців (або нехороших, але наших конкурентів) і робимо з них поганих хлопців.
Зворотній зв'язок	— дзвінки в студію, «випадкові» прості люди, боти. Прийом — ілюзія. Показує картину неіснуючої підтримки, як правило — дуже емоційну картину.
Джинса	— реклама замаскована під новини.
Ярлики і евфемізми	— суть — емоції, причому взаємні, без особливих витрат. Евфемізми згладжують картину реальності, ярлики посилюють.
Коментарі	— не об'єктивне висвітлення реальності, а дуже суб'єктивне. Змішання фактів та оціночних подій - ось що відбувається під маскою публіцистичних програм і соц. мереж.
Забовтування	— втрата інтересу до будь-яких подій — природний ментальний процес, суть маніпуляції в тому, щоб прискорити його, приспати увагу купою дрібної буденної інформації.
Більшість	— нам вкрай важливо бути з більшістю. Меншини зневажені, пригноблені, бути в меншості завдає дискомфорту. Крім того, більшість задає курс — по його поведінці ми розуміємо як поводитися.

Емоційний резонанс	— класична і найяскравіша модель маніпуляції - реакція залу в ток-шоу.
Уявна дилема	— головна мета і потужний прийом маніпулятора-пропагандиста. Це, як правило, візуальний образ, якась архетипова історія, відразу і з ходу зрозуміла всім. Трагедія, доведена до межі. Образ, що викликає небажання дивитися і бажання діяти.
Блискучі узагальнення	— штучна альтернатива, замовчування всіх можливих варіантів, крім найгіршого поганого і того, що вигідний замовнику. Це ілюзія свободи вибору. Ми оперуємо в своєму месиджі незаперечними ціннісними поняттями.
Інтрига	— нас лякає невідомість, вона ж заворює. Всі загадки повинні бути відгадані.
Стереотипи	— миттєвий і оптимальний спосіб налаштувати аудиторію, дати їй уявлення про те, що відбувається, схарактеризувати персонажа.
Опудало	— суперечка з уявним супротивником.
Псевдонауковість	— фальсифікація науково обґрунтованих поглядів. Це працює особливо сильно в рекламі.

ДОДАТОК В

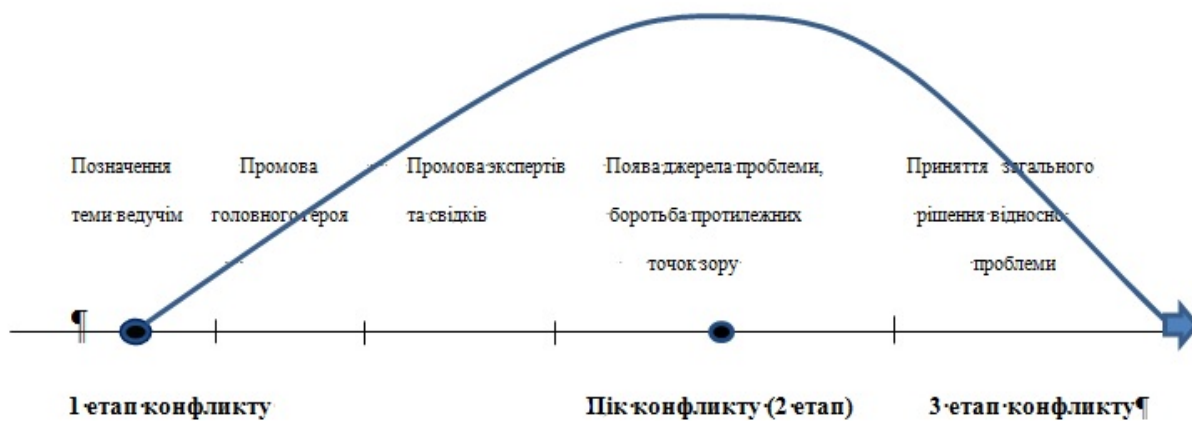


ДОДАТОК Г



ДОДАТОК І

Конструкція сценарію ток-шоу



ДОДАТОК Д

Класифікація телевізійних програм українського телебачення

Ток-шоу	Тревел-шоу	Талант-шоу	Спортивні програми	Світські хроніки
- «Шустер лайф» - «Говорить Україна» - «Стосується кожного» - «Найрозумніший» - «Що? Де? Коли?» - «Свабода слова» - «Не мовчи! з Дмитром Співаком» - «Зважся!»	- «Орел і решка» - «Навколо світу» - «Чумацький шлях» - «Подорож з Дмитром Комаровим» - «Світ навиворіт» - «Моя країна»	- «Х-фактор» - «Голос Країни» - «Танцюють всі» - «Караоке на майдані» - «Україна має талант»	- «Бійцівський клуб» - «Джедай» - «Авто-раллі» - «Великий бокс» - «Зважені та щасливі» - «Топ-матч», - «Футбол NEWS» - «AUTO ГОЛ!»	- «Світське життя з Катериною Осадчею» - «Світські хроніки з Іриною Ратушною» - «Зірки зійшлись» - «Життя відомих людей» - «Зірковий шлях»
Реаліті-шоу	Гумористичні програми	Ранкові програми	Історичні програми	Музичні програми
- «Міняю жінку» - «Від панянки до селянки» - «Хата на тата» - «Багач - бідняк» - «4 весілля», - «Супер жінка» - «Громада на	- «Розсміши коміка» - «Вечірній Київ» - «Дизель-шоу» - «Країна У» - «Одного разу під Полтавою» - «Ліга сміху» - «На трьох» - «Хто зверху?»	- «Ранок з Інтером», - «Сніданок з 1+1», - «Сніданок. Вихідний» - «Ранок з Україною» - «Україно, вставай!»	- «Наш полк» - «Не піддається забуттю» - «Ніколи знову» - «Великі українці» - «Скарб нації»	- «Головний хіт-парад країни» - «Золотий грамофон» - «Червона рута» - «Інста-чарт» - «Діти

мільйон»		- «Наш Ранок» - «Прокився з Етором!»	- «Україна. Повернення свої історії»	проти зірок»
----------	--	--	--	-----------------