

якому сутність метафори встановлюється не стільки в результаті художнього асоціювання, скільки на основі глибокого аналізу соціальних реалій. «Псевдоперебудова» та сучасні політичні колізії трактуються як духовний апокаліпсис, тому вся образна система, публіцистичні конфлікти, ідея детерміновані етико-естетичними пріоритетами автора. Імперативне начало художніх компонентів реалізується через етичний контекст книги, яка презентує динамічний публіцистично-художній образ доби й соціуму, що функціонує в рамках історіософського та морально-етичного дискурсу.

Отже, письменницька публіцистика як репрезентант креативно-імперативної природи журналістики вирізняється імперативною метафоричністю, етичним навантаженням художньо-публіцистичного образу, репрезентативністю образу автора. Книга Б. Олійника «Князь тьми» демонструє багатоплощинний хронотоп як модель соціальної дійсності, утворений на основі глибокого аналізу історичних реалій та художніх узагальнень. Феномен письменницької публіцистики як специфічного різновиду журналістської творчості потребує подальших ґрунтовних досліджень з позицій теорії журналістики, комунікативної лінгвістики, психології творчості, оскільки саме такий підхід забезпечить цілісне уявлення про природу цього важливого складника національного гуманітарного дискурсу.

Список використаних джерел

1. Галич В. М. Письменницька публіцистика як метажанрове поняття / В. М. Галич // Соціальні комунікації сучасного світу : науково-теоретичний збірник [гол. ред. О. М. Холод]. – Кривий Ріг, 2009. – С. 57-58.
2. Галич В. М. Поетика публіцистичного тексту (на матеріалі творчості Олеса Гончара) : навчальний посібник / Валентина Галич. – К. : Шлях, 2006. – 200 с.
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / Володимир Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Лизанчук В. Покликання журналістського слова – випромінювати позитивну енергію / В. Лизанчук // Журналіст України. – 2002. – №1. – С. 20-40.
5. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу : навчальний посібник для вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації : у 2 ч. – Ч. 1 / Йосип Лось. – Львів : ПАІС, 2008. – 376 с.
6. Олійник Б. Князь тьми : відкр. лист Михайлу Горбачову / Борис Олійник. – 3-тє повне вид. – К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2008. – 128 с.
7. Потапова М. Д. От профессионального журналиста к профессиональному коммуникатору / М. Д. Потапова // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2006. – №3. – С. 34-51.
8. Свалова М. Письменницька публіцистика: креативно-імперативний аспект (на матеріалі публіцистики Б. Олійника) / Марина Свалова // Рідний край. – 2009. – №1. – С. 104-107.
9. Скуленко М. Повідомлення як психологічний засіб переконувального впливу / Михайло Скуленко // Журналіст України. – 2009. – №9. – С. 37-41.
10. Тертычный А. А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А. А. Тертычный // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2006. – №4. – С. 93-104.

The current article analyzes main peculiarities of writer's publicism as a creative and imperative phenomenon based on the material of the book *Prince of Darkness* by Borys Oliinyk, discovers specificity of its polemical ethics and describes creative and imperative mechanisms of author's cooperation with recipients.

Key words: journalism, publicism, writer's publicism, metaphorical character, communicative strategy.

УДК 070:654.197

Л. М. Шутяк

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ТОК-ШОУ В СИСТЕМІ ЖАНРІВ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Розглянуто систему жанрів телевізійної журналістики, її структурні компоненти та характерні особливості. Досліджено генезу поняття ток-шоу, його місце та роль серед інших телевізійних програм, потенційні недоліки й умови функціонування на сучасному ТБ. Окреслено контури жанрологічних потрактувань та версій ток-шоу як такого. Основну увагу акцентовано на історії засвоєння цього жанру українськими та російськими телеканалами.

Ключові слова: телевізійні жанри, ток-шоу, діалог, монолог, інтерв'ю, розмова, ведучий ТБ, аудиторія.

Для жанрів телевізійного мовлення симптоматичним є поділ на монологічні й діалогічні. Показовою домінантою в згаданому випадку вважається наявність/відсутність в цих програмах учасників комунікативного акту, їхня активність/пасивність та, передусім, фахова підготовка й кількість ведучих, що визначає специфіку окремо взятої передачі.

Львівський дослідник Зенон Дмитровський зазначає, що телевізійні жанри, услід за газетними, прийнято розрізняти за низкою властивостей, а саме: «характером відображуваного об'єкта дійсності; конкретним призначенням жанру у розв'язанні поставленого завдання; масштабом охоплення дійсності й, відповідно, масштабом висновків і узагальнень; характером літературно-стилістичних засобів» [4, с. 67]. Доповнити традиційну класифікацію учений пропонує не менш важливою ознакою – «характером виражальних засобів, за допомогою яких візуально вирішують журналістський задум» [4, с. 67]. Усі ці особливості становлять комплементарну цілісність та відіграють релевантну роль у визначенні поняття жанру телевізійних програм на теренах сучасного журналістикознавчого дискурсу.

Згідно із запропонованою типологією, З. Дмитровський виокремлює два види телевізійних жанрів – «інформаційні та публіцистичні» [4, с. 68] з низкою специфічних особливостей, притаманних кожному з них. До інформаційних учений зараховує «інтерв'ю, огляд, репортаж та коментар, а до публіцистичних – нарис та сценарій» [4, с. 69]. Інший дослідник, Юрій Шаповал, структурними елементами системи телевізійних жанрів пропонує вважати «телевізійну замітку, репортаж, інтерв'ю, публіцистичний коментар, а також групу художньо-публіцистичних жанрів, до якої належить, наприклад, теленарис та ін.» [11, с. 139]. Загалом більшість сучасних науковців акцентують увагу на відносно умовній усталеності жанрової структури телевізійних жанрів та їхній конгеніальності.

Традиційно визначеним є поділ жанрів телевізійної журналістики на три основні групи, запропоновані російськими дослідниками Олександром Юровським та Рудольфом Борецьким. До першої належать «інформаційно-публіцистичні жанри, або так зване неігрове телебачення» [2, с. 181]. На цьому етапі відчутним є зв'язок між ТВ та пресою, жанри якої активно запозичуються телевізійниками. Друга група містить «документально-художні, а третя – художні жанри» [2, с. 182]. До останніх належить телевізійний театр, який і нині не втратив популярності, щоправда, набув нових форм вираження.

Симптоматично, що умови проведення тієї чи іншої програми на телебаченні безпосередньо залежать від її жанрової приналежності. «Шоу – це завжди спектакль естрадно-розважального характеру» [5, с. 139], а тому навіть найсерйозніші теми (наприклад, політика, кримінал, людські трагедії) сприймаються глядачем як розіграш. Львівський дослідник Борис Потятиник основу проблеми бачить у самій природі телебачення: «усе, в тому числі політичний, культурний і навіть релігійний дискурс, перетворюється у шоу» [9, с. 21]. На думку вченого, причиною такої ситуації є те, що «голосу людини іноді важко сприйняти складну думку, тому й акцент робиться на емоціях, розвагах» [9, с. 24], які нині складають основу більшості, навіть суто інформаційних програм.

Таким чином, очевидним є типологічний зв'язок між особливостями поділу телевізійних жанрів на монологічні й діалогічні та їхньою тематичною диференціацією.

На телебаченні жанр «розмовного шоу» з'явився порівняно нещодавно, проте вже встиг зайняти свою нішу серед телевізійних програм. До визначення цього актуального виду телепередач зверталась низка вчених, кожен з яких пропонує свою дефініцію згаданого явища.

Сучасний словник літератури і журналістики за редакцією М. Ф. Гетьманця та І. Л. Михайлина жанр ток-шоу (від англ. talk – розмова і show – видовище, вистава) окреслює як «напрямок у телевізійній журналістиці, змістом якого є інформування глядачів за допомогою «розмови» (діалогу, полілогу) перед телекамерою, а також залучення до обговорення піднятих проблем аудиторії як у студії, так і поза нею» [3, с. 337]. Інший дослідник, Іван Мащенко, у «Термінологічному словнику основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо» характеризує ток-шоу як «розмовну або розважальну передачу на ТВ, котра побудована як бесіда ведучого з одним або кількома виступаючими (часто в присутності аудиторії в студії, яка зазвичай жваво реагує на перипетії розмови)» [6, с. 430]. Автор підручника «Телевізійна журналістика: теорія і практика» Анатолій Яковець також формулює своє бачення ток-шоу. У його тлумаченні «це розмовне видовище, під час якого відбувається спілкування ведучого-рефері з учасником (учасниками) програми, запрошеними до студії, а також ведучого-рефері й учасника (учасників) зі студією, та яке передбачає запитання й відповіді, можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь» [12, с. 108]. Кожна зі згаданих дефініцій зосереджується на виокремленні своєрідних особливостей ток-шоу, серед яких – «розмовна» природа програми, наявність певних структурних елементів (ведучого, гостей в студії, глядачів перед екранами) тощо.

Своїй появі жанр телевізійного розмовного шоу завдячує відомому журналісту Філу Донах'ю, який був автором низки програм на американському телебаченні у 60-х роках минулого століття. З цього приводу існує навіть кілька легенд, на яких у власних дослідженнях зосереджуються російські науковці Ельвіра Могилевська та Валерій Цвик. «Беручи інтерв'ю у гостя студії під час прямого ефіру, – зауважує дослідниця, – Філ Донах'ю у певний момент зрозумів, що в нього закінчилися усі запитання. Тоді журналіст підійшов до одного з присутніх у студії і сказав: «А у вас є питання до нашого гостя?». Як виявилось, у глядачів вони були» [7]. Відтоді цю програму пов'язують із зародженням принципово нового виду телевізійних передач, який отримав назву «розмовних шоу».

На українських телевізійних каналах поняття ток-шоу з'являється на початку 90-х років минулого століття й активно функціонує у контексті «інтерактивного телебачення». Останнє часто називали також «контактним», «телебаченням із відкритим зворотнім зв'язком» тощо [1, с. 11]. У цьому випадку базисом є «активна взаємодія між користувачем та джерелом інформації» [1, с. 11], на чому наголошує дослідниця Інеса Артамонова. А «прототипом інтерактивного процесу є звичайна розмова між двома людьми, кожен учасник якої може перебити

іншого, змінити власну точку зору, висловити нову ідею» тощо [1, с. 12]. Саме за таким принципом побудований процес реалізації ток-шоу на ТБ.

Запозичивши поняття розмовних шоу з американських телеканалів, українські продюсери почали активно використовувати його концептуальні засади та вкраплювати «розмовні» елементи у програми інших телевізійних жанрів. Недоліком цього процесу є подекуди відверте копіювання моделі ток-шоу з американського оригіналу, «без врахування ментальних та національних особливостей» [11]. Серед вітчизняних телеканалів подібна ситуація є доволі поширеною.

На російському телебаченні появу жанру ток-шоу пов'язують з іменем Володимира Познера, котрий був партнером Філа Донах'ю з телемостів між США та СРСР. Дослідниця Е. Могилевська зауважує, що «російський журналіст провів десятки різноманітних ток-шоу за участю сотень людей різного віку, національностей та професій. І кожного разу ці передачі вражали широтою можливостей ведучого: його ерудиція, такт в поєднанні з сильною волею і чітким розумінням кінцевої мети призводили до того, що напружені колективні пошуки істини з студійними глядачами через діалоги Познера мали великий вплив на телеглядачів» [7], чому вагомою заслугою є професіоналізм телевізійного журналіста.

До утвердження терміну «ток-шоу» на тодішньому російському телебаченні існували програми, котрі використовували тотожний арсенал телевізійних засобів (компетентний телеведучий/учасники в студії/зворотній зв'язок з телеглядачами). Це, зокрема, «12-й поверх» Едуарда Сагалаєва, «Музичний ринг» Тамари Максимової, «Погляд» Владислава Лістєва тощо.

Е. Могилевська пропонує своєрідну періодизацію історії функціонування жанру ток-шоу на російському телебаченні. Так, у розвитку розмовних шоу дослідниця виокремлює два етапи. «Перший (з середини 80-х до 1991 року) пов'язаний із усвідомленням ток-шоу як трибуни для обговорення актуальних проблем сучасності» [7]. Характерною особливістю цього періоду є присутність у розмовному шоу національної самобутності. Другий етап – з 1993 року і до нині – «це період експансії зарубіжних жанрів на російський екран» [7]. Саме у цей час російські програми почали активно запозичувати, «калькувати» американські, у результаті чого витворився своєрідний симбіоз із західного артистизму ведучого, ненав'язливості розмови, розважальності як запоруки успіху передачі та російської національної ідентичності.

Функціонування жанру розмовного шоу та його реалізація на світових телевізійних каналах має свої особливості та недоліки. Серед останніх виділимо «неможливість вислухати до кінця навіть головних учасників; спрощенство у трактуванні складних проблем; фрагментарність; певний диктат ведучих; нав'язлива, зазвичай недоречна примітивна реклама» [5, с. 139]. До запропонованих львівським дослідником В. Здорового вад українських ток-шоу додамо «поверхневе висвітлення теми і неможливість адекватно резюмувати обговорення» [8]. Також сюди варто зарахувати некомпетентність і недостатню підготованість ведучих, їхнє прагнення до самовихвалювання, з одного боку, а з іншого – конформізм студійної аудиторії, котра здебільшого виконує роль клаки – глядачів, яких наймають для створення через оплески успіху/провалу ораторів.

Ток-шоу в системі жанрів телевізійної журналістики займає одне з провідних місць. Його детальне дослідження неможливе без виокремлення та структурування комплементарних частин, кожна з яких детермінує згадане розмовне видовище як вагомий елемент журналістського дискурсу. У такий спосіб відбувається створення цілісної картини еволюції жанру ток-шоу на сучасному телебаченні, що потребує ретельнішого дослідження як в українському, так і міжнародному контексті.

Список використаних джерел

1. Артамонова І. Інтерактивність як головна тенденція сучасного телебачення / І. Артамонова // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : збірник наук. праць. – Тернопіль ; Львів : Піраміда, 2008. – Т. 1. – С. 10-14.
2. Борецкий Р. А. Основы телевизионной журналистики / Р. А. Борецкий, А. Я. Юровский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1966. – 336 с.
3. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин. – Харків : Прапор, 2009. – 384 с.
4. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Вид. 3-тє, доповн. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
5. Здоровега Й. В. Теорія і методика журналістської творчості : навч. посіб. / Й. В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.
6. Машенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Том другий: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / І. Машенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – 516 с.
7. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования [Электронный ресурс] / Э. Могилевская. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles>.
8. Недопитанський М. І. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва [Електронний ресурс] / М. І. Недопитанський. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1363>
9. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.

-
10. Томак М. «Бар'єр» для ток-шоу. Особливості української адаптації американських форматів [Електронний ресурс] / М. Томак // День. – №215. – 2006. – 8 груд. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/173792/>
 11. Шаповал Ю. Г. Поетика телевізійної журналістики: Монографія / Ю. Г. Шаповал. – Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 202 с.
 12. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник / А. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с.

The article deals with the system of television journalism genres, their structural components and characteristics. Genesis concept of talk show, its place and role among other television programs, potential drawbacks and operating conditions on modern television is investigated. Measures of genre notions and versions of talk show as such are outlined. The main attention is paid to learning the history of this genre on Ukrainian and Russian channels.

Key words: television genres, talk show, dialogue, monologue, interview, conversation, announcer, the audience.

УДК 070 = 512.145 «190» 1990-2010 pp.

Г. З. Юксель

*Крымский инженерно-педагогический университет,
г. Симферополь*

ЖАНРОВАЯ ПАЛИТРА В ОСВЕЩЕНИИ ЛИТЕРАТУРНОЙ ТЕМАТИКИ НА СТРАНИЦАХ «ГОЛОСА КРЫМА»

В статье исследуются жанры периодической печати, наиболее часто используемые в освещении литературной тематики в самой популярной крымскотатарской газете «Голос Крыма». Актуальность темы обусловлена необходимостью популяризации национального литературного наследия и сохранения крымскотатарского языка.

Ключевые слова: крымскотатарская пресса, национальные СМИ, литературная тематика в прессе.

Возрождение культуры крымскотатарского народа, ставшее возможным после возвращения народа на историческую родину из депортации, было бы неполным без развития национальной литературы. В результате известных исторических событий, негативно повлиявших на жизнь крымских татар, было утрачено большое количество произведений духовной и материальной культуры, на время приостановлено развитие национальной литературы, искусства, науки. В данный момент крымскотатарская пресса является не только одним из источников изучения исторического прошлого народа, но и важным инструментом популяризации национального наследия и возрождения крымскотатарского языка, отнесенного ЮНЕСКО к находящимся под угрозой исчезновения.

Актуальность **темы** обусловлена развитием национальной литературы и печати, возможным в контексте возрождения духовной и материальной культуры крымскотатарского народа в последние два десятка лет. **Цель** работы заключается в изучении жанров, используемых при освещении литературной тематики в самой популярной крымскотатарской газете «Голос Крыма».

Для достижения поставленной цели необходимо решение таких **задач**, как рассмотрение этапов развития газеты «Голос Крыма», его общественно-политической позиции; определение авторского состава газеты, специализирующегося на литературной тематике; установление и описание жанров, наиболее часто используемых в освещении литературной тематики.

Объектом исследования данной работы является еженедельное периодическое издание «Голос Крыма». В ходе работы были исследованы все номера газеты «Голос Крыма» (1993-2011 гг.), хранящиеся в фондах Республиканской крымскотатарской библиотеки им. И. Гаспринского (г. Симферополь), а также электронная версия издания, представленная по адресу: <http://www.goloskrima.com>.

Предметом исследования являются публицистические жанры, задействованные в освещении литературной тематики на страницах издания. В исследовании использованы исторический, типологический, литературоведческий **методы**.

Теоретическую основу исследования представляют работы в области теории журналистики Акопова А. И. [1], Корнилова Е. А. [4], Тертычного А. А. [9], исследования историков журналистики – Сидоренко Н. Н. [8], Яблоновской Н. В. [15], Веркальца М.М. [2], литературоведа Керимова И. А. [5].

Газета «Голос Крыма» («Къырым седаси») начала издаваться как еженедельное приложение к газете «Голос Украины» в 1993 году. Согласно постановлению Верховной Рады Украины «О государственной поддержке газет, которые издаются языками национальных меньшинств» (утверждено 6 февраля 2003 года), с 1 января 2004 года редакция газеты Верховной Рады Украины «Голос Украины» вышла из состава основателей приложений к газете, которые издаются языками национальных меньшинств. Издание переходило в ведение Государственного комитета Украины по делам национальностей и миграции, с помощью которого на территории Украины выходило 7 изданий языками национальных меньшинств и народов, в том числе и «Голос Крыма» [15, с. 218].