

## РОЗДІЛ 2. ТЕОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК: 007:304:070.16

### ТЕЛЕВІЗІЙНІ ДЕБАТИ ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Ольга Гресько

*Інститут журналістики*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*вул. Мельникова, 36/1, м. Київ, 04119, Україна*

*e-mail: greskovolga@gmail.com*

У дослідженні йдеться про сучасний стан і перспективи розвитку теоретико-практичної моделі дебатів як ефективного засобу політичних комунікацій у різних країнах світу. Історія виникнення дебатів в Європі, США сформувала своєрідну культуру, що передбачає дотримання правил ведення публічних дискусій. Тепер теледебати в демократичних країнах слугують механізмом контролю громадянського суспільства над владою, тобто реалізують функцію професійної журналістики як «четвертої влади».

На прикладі проведення Національних теледебатів на Першому Національному каналі напередодні позачергових президентських і парламентських виборів 2014 р. в Україні проаналізовано переваги і недоліки цього формату як інструменту соціальних комунікацій. Втілення ідеї теледебатів в інформаційному просторі України дозволяє покращити політичну культуру українського суспільства, розвивати навички ораторського мистецтва учасників, підвищити відповідальність за слова і дії лідерів і представників політичних партій.

*Ключові слова:* телевізійні дебати, соціальні комунікації, політична культура.

**Вступ.** Проведення політичних теледебатів – явище інноваційне в українському інформаційному просторі. Попри численні спроби за часів незалежності України ідею проведення національних дебатів повною мірою вперше вдалося реалізувати напередодні позачергових президентських і парламентських виборів 2014 року. Особливістю цього насамперед телевізійного формату було дебатування не лише між самими учасниками, як передбачає класична модель, а й представниками університетської спільноти, які могли ставити запитання і під час прямого ефіру в студії, і за допомогою соціальних мереж. Інтерактивний зв'язок з виборцями в Україні та світі було забезпечено також за допомогою онлайн-трансляції теледебатів англійською, кримськотатарською й українською мовами.

Слово «дебати» походить з французької мови і означає обговорення. Історія виникнення цього формату сформувала певні правила дебатів як моделі комунікації, основні ознаки якої містять такі навички і вміння комунікаторів: логічно аргументувати, уважно слухати, влучно і своєчасно ставити запитання, аде-

кватно реагувати на виклики опонентів, лаконічно і зрозуміло висловлювати свою позицію тощо. З часом правила ведення публічних дискусій трансформуються і набувають нових ознак і функцій.

Як демократичний метод обговорення законів дебати народилися в античній Греції, де громадяни Афін відкрито висловлювалися щодо переваг і недоліків нововведень. Демократичний устрій зумовлює широку участь громадян у політичному житті, що потребує вміння зрозуміло висловлювати свої думки, аргументовано і переконливо відстоювати свою позицію. Ораторське мистецтво, що свідчить про демократичну основу ладу суспільства, цінувалося в Україні з діда-прадіда ще в козацькому середовищі. Кандидат у гетьмани обов'язково виступав з промовою про організацію війська, а його бойовий заклик вирізнявся особливим красномовством, адже адресований був не лише до козацтва, а й до всього православного населення України.

У Середньовіччі в Європі дебати стали частиною системи освіти й основою для розвитку ораторського мистецтва. Тепер дебати як форма соціальних комунікацій набули свого поширення і розвитку в більшості демократичних країн світу.

**Мета** дослідження – вивчити традиційні й новаторські форми проведення телевізійних дебатів як інструмента соціальних комунікацій в різних країнах світу, визначити основні функції теледебатів. На прикладі проведення теледебатів напередодні позачергових президентських і парламентських виборів в Україні на Першому Національному каналі 2014 р. проаналізувати формат теледебатів з онлайн-трансляцією різними мовами.

Для досягнення зазначеної мети окреслено такі **завдання**:

- охарактеризувати нововведення виробництва телевізійних дебатів;
- розглянути історію виникнення і розвитку, визначити функції й етапи трансформації теледебатів;
- дослідити переваги і недоліки підготовки і проведення теледебатів в Україні на Першому Національному каналі 2014 р.

Для дослідження процесу формування культури дебатів в українському суспільстві, відображеного в цій статті, було використано **метод** спостереження, а також моніторингу Національних телевізійних дебатів 2014 р.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Вивченню сучасного стану і перспектив розвитку теоретико-практичної моделі телевізійних дебатів в Україні та світі присвячено чимало праць вітчизняних науковців: Д. Богуш [1], О. Гоян [2], В. Здоровага [3], Ю. Кисельова [4], В. Набруско [5], Т. Петрів [6], І. Слісаренко [7] і зарубіжних дослідників: Д. Бердсел [8], К. Джемісон [8], К. Ламей [9], Н. Мінов [9], Дж. Свєрдлов [10], Т. Соренсон [11], А. Шредер [12] та ін.

На основні результатів досліджень, моніторингу теледебатів в Україні і світі можна зробити такі висновки. Дебати – це різновид публічної дискусії між кількома сторонами з актуальної теми. Спеціально організований і чітко структурований публічний обмін думками й аргументами учасники дебатів, як правило, спрямовують на переконання у правоті своїх поглядів третьої сторони. Як форма соціальних комунікацій сучасні дебати частіше асоціюються з політичними, тому їхньою основною цільовою аудиторією є виборці.

Однією з причин доволі тривалого включення дебатів у політичний процес, за гіпотезою автора книги «За межами дебатів» Джоела Свєрдлова, було побоювання політиків програти, що сильніше за бажання виграти [10]. Інше пояснення

наводить Алан Шредер у своїй книжці «Президентські дебати. 50 років ризикованого ТБ», який вважає, що політики були морально і психологічно не готові виступати перед мільйонними аудиторіями, котрі могло забезпечити телерадіомовлення. До того ж, обмовки і помилки на тисячних мітингах менш помітні, ніж в прямому ефірі [12].

Важливою складовою частиною будь-яких публічних виступів є візуальна комунікація. Йдеться не лише про міміку, жести, інтонацію, емоції, котрі часом мають більше значення, ніж усна промова, а й зовнішній вигляд, додаткові атрибути й аксесуари мовця. Вербальні і невербальні засоби комунікації спрямовані на формування у слухачів позитивного враження і про учасника дебатів, і щодо його або її позиції.

Роль і місце візуальної комунікації в політичному житті можна проаналізувати на прикладі перших телевізійних дебатів у США і світі між кандидатами в президенти віце-президентом республіканцем Річардом Ніксоном і сенатором-демократом Джоном Ф. Кеннеді, що відбулися 6 вересня 1960 р. в місцевій студії CBS в Чикаго. За різними даними, перші дебати, що мали чотири раунди, дивилися чи слухали дві третини дорослого населення країни – близько 70 мільйонів американців.

Згідно з опитуваннями, Ніксон лідував з різницею від 50 до 44% виборців. Слова спеціального радника майбутнього президента Кеннеді Теодора Соренсена про те, що «проблему може вирішити телебачення, адже стиль Кеннеді ідеально пасував для цього медіа» стали пророчими [11]. Більшість телеглядачів схилилися у бік веселого і привабливого Кеннеді. Натомість радіослухачі контрасту не помітили, хоча Ніксон мав втомлений і розгублений вигляд, його світлий костюм практично зливався з фоном у телестудії. Більшість тих, хто слухав дебати по радіо, віддали перевагу Ніксонові. Деякі теоретики вважають, що в основі «великих дебатів» – «телеміф», однак на етапі підготовки практики й досі намагаються враховувати психологічні особливості сприйняття інформації.

Зміст промови учасників теледебатів аудиторія запам'ятовує лише на 10%, зовнішність і манери поведінки – на 60%, тон, модифікацію голосу, впевненість у тембрі голосу – на 30% [1].

Ідея теледебатів спершу вважалася не цілком благородною в США. За тодішніми правилами виборчих кампаній, всі політики-конкуренти повинні були отримати рівні можливості для агітації, зокрема й рівний доступ до ЗМІ і, особливо, до радіо і телебачення. У випадку з дебатами рівності важко досягнути, оскільки завжди зберігається можливість, що один учасник дискусії говоритиме довше, ніж інший. Аби провести перші теледебати, Конгрес США тимчасово припинив дію відповідної статті (про обов'язкову рівність) закону про вибори.

Після паузи у три виборчі кампанії президентські теледебати в США було відновлено на виборах 1976 р., відтоді вони відбуваються безперервно. У 1975 р. було знайдено юридичне формулювання, що дозволило зробити дебати складовою частиною виборчого процесу. Тоді Федеральна комісія з комунікацій ухвалила, що дебати не варто розглядати як частину рекламної кампанії кандидатів, оскільки це «новинна подія в чистому вигляді» [13].

Історія політичних дебатів як телевізійного формату має принаймні два етапи: становлення, починаючи із 1960 р., і трансформації з появою інтернет та застосуванням новітніх комунікаційних технологій у теле- і радіовиробництві на

початку ХХІ ст. З огляду на домінування візуальної складової телебачення трансформувало дебати як апіорі інтелектуальну форму соціальних комунікацій в політичне шоу, де учасники змагаються насамперед у майстерності мати чудовий вигляд і красиво говорити. Тобто емоційно-психологічний складник переважає в телевізійних дебатах, адже учасниками є не самі кандидати, а, як правило, їхні політичні образи, створені радниками і помічниками. Команди заздалегідь ретельно розробляють стратегії і тактики теледебатів, вивчаючи сильні та слабкі сторони своїх опонентів. Влучні фрази, дотепний гумор, як правило, є домашніми заготовками, котрі при сильних ораторських здібностях та акторській майстерності учасника майже не помітні.

Так, 1984 р. на дорікання 56-річного Волтера Мондейла про свій вік 73-річний американський президент Рональд Рейган із широкою голлівудською посмішкою відповів: «Я ж не вважаю молодість і недосвідченість мого опонента головною темою цієї кампанії» [14].

Сьогодні трансформація формату політичних дебатів відбувається завдяки інтернет-технологіям, адже онлайн трансляція телефіру дозволяє аудиторії одразу реагувати на почуте і побачене. На думку авторів книжки «Усередині президентських дебатів» Ньютона Мінова і Крейга Ламея, аби дебати дійсно відігравали важливу роль у сучасному суспільстві, політики повинні відмовитися від домашніх заготовок і більше уваги приділяти відповідям на запитання аудиторії [9]. Вперше в програму американських теледебатів було введено запитання із зали 1992 р. за наполяганням радників Біла Клінтона, який був маловідомим політиком. Велике значення має час трансляції. Наприклад, теледебати в США 1996 р. відбувалися одночасно з трансляцією бейсбольного матчу популярних команд. Тоді рейтинги президента Біла Клінтона набагато випереджали Боба Доула. Згодом радник Клінтона Джордж Стефанопулос зізнався, що метою було зробити так, щоб американці перемкнулися на бейсбол, а не дивилися дебати.

Президентські теледебати в США не є обов'язковою законодавчою нормою, їх проводять з доброї волі та за взаємною домовленістю кандидатів, однак дебати стали обов'язковою передвиборчою програмою. Культура дебатів є традиційною в багатьох країнах. Німеччина, Швеція, Фінляндія, Італія та Японія зробили теледебати обов'язковими для претендентів на вищі пости в державі.

Теледебати виконують низку важливих функцій:

1. Надають можливість виборцям сформулювати враження про кандидата, політичну програму, наміри щодо основних актуальних соціально-політичних дій у майбутньому.

2. Дозволяють оцінити комунікаційні здібності, темперамент, знання та особові якості політиків як імовірних лідерів на ту чи ту виборчу посаду.

3. Підвищують політичну активність виборців, збільшують інтерес до ходу виборчої кампанії і спонукають навіть пасивних виборців прийти на виборчі дільниці і зробити свій вибір [8].

Сучасний формат теледебатів має ще й об'єднуючу функцію. Перші в історії Європейського Союзу теледебати, що відбулися 15 травня 2014 р. на телеканалі Євроньюз в Маастрихті за підтримки Європейського молодіжного форуму та Маастрихтського університету в Нідерландах, об'єднали європейців. Чотири кандидати – Жан-Клод Юнкер (Європейська народна партія), Мартін Шульц (Пар-

тія європейських соціалістів), Гі Верхофстадт (Альянс лібералів та демократів за Європу) та Ска Келлер (Європейська зелена партія) обговорили майбутнє Європи перед аудиторією із 700 молодих людей. Це стало можливим після змін законодавства ЄС. Головна посада в Брюсселі не обирається безпосередньо, результат залежить від лідерів усіх 28 країн-членів.

На основі прогнозів вітчизняних і зарубіжних експертів, проведення теледебатів в Україні також стане традиційним атрибутом передвиборчих кампаній, адже в багатьох демократичних країнах цей формат є одним з найефективніших засобів політичної комунікації.

Застосування новітніх комунікаційних технологій під час підготовки і проведення дебатів робить цей формат більш популярним і перспективним. Цю тезу підтверджує досвід онлайн-дебатів Campus3.0 у 2012 р., коли кандидати в депутати до Верховної Ради України обговорювали з представниками академічної спільноти актуальні теми суспільно-політичного, економічного, культурного життя. Запитання учасникам онлайн-дебатів можна було поставити на сторінці трансляції <http://campus30.org> або на Facebook Campus 3.0. Дебати трансливалися на сайтах провідних інтернет-медіа України. Саме новаторський підхід викликав великий інтерес молоді, яка становила найбільшу частину аудиторії онлайн-дебатів.

За даними українського незалежного центру політичних досліджень, перші теледебати в Україні відбулися на початку 90-х років ХХ ст. Тоді в телеефірі у відкрити та запеклу полеміку вступили секретар по ідеології ЦК КПУ Леонід Кравчук та філософ Мирослав Попович, від імені Народного руху України. Тодішні теледебати отримали чималий суспільний резонанс і багато в чому допомогли Л. Кравчукові стати тим, ким він став, відіграли позитивну роль у становленні Руху.

Під час парламентських виборів 2002 р. «дебатування» партій радше скидалося на телешоу, ніж дозволяла виборцям побачити та почути від політичних партій погляди і програми, відповіді на питання економічного та соціально-політичного розвитку [4].

Історія «знакових» теледебатів на президентських виборах іде з 1994 р. між Леонідом Кравчуком і Леонідом Кучмою. Технології того часу використовувалися для того, щоб Леонід Кучма був більш переконливим. Леонід Кравчук не приділив достатньої уваги технологічній підготовці до публічних теледебатів. У 1999 р. Україна, на жаль, теледебатів Кучма – Симоненко не побачила.

У листопаді-грудні 2004 р. в Україні відбулися політичні дебати між кандидатами на посаду Президента України Віктором Ющенком і Віктором Януковичем. Кандидати погодилися на два тури теледебатів, але явної перемоги-поразки телеглядачі не побачили. Янукович і Ющенко виглядали впевненими. Технологічні фрази-заготовки Ющенка «оці руки нічого не крали» і Януковича «Виктор Андреевич, будьте мужчиной!» стали крилатими в українському суспільстві [1].

Теледебати на пост Президента України в лютому 2010 р. відбувалися у два тури. За рішенням Центральної виборчої комісії, лідери першого туру виборів Віктор Янукович і Юлія Тимошенко мали дебатовати протягом ста хвилин в ефірі Першого Національного каналу. Однак один з кандидатів не з'явився у студії, і, згідно з чинним законодавством, Юлії Тимошенко було надано весь ефірний час, відведений для дебатів.

Запорукою успіху підготовки і проведення Національних президентських і парламентських дебатів 2014 р. було об'єднання провідних громадських орга-

нізацій в Україні навколо спільної мети – впровадження традиційної культури дебатів в українському суспільстві. Творча команда Першого Національного спільно з МГО «Інтерньюз-Україна», Фундацією «Суспільність», ГО «Центр UA», Інститутом Медіа Права та університетською спільнотою Campus 3.0 за підтримки програми У-Медіа, Української служби «Голосу Америки» та Міжнародного фонду «Відродження» розробили концептуальні засади проведення Національних дебатів для телевізійного й онлайн-мовлення.

На основі чотирьох запропонованих моделей було вироблено найбільш перспективну, в основі котрої закладено активну участь молоді, університетської спільноти. Запитання чотирьох блоків на тему внутрішньої, зовнішньої політики, економіки, соціокультурної проблематики було сформовано на двох рівнях: професійному і громадському. Завдяки конвергентним інтернет-платформам кожен охочий мав можливість поставити запитання онлайн або надіслати їх задалегідь. Всі вони були утаємничені від кандидатів. З огляду на велику кількість учасників, які погодилися брати участь у «Національних дебатах – 2014» – 28 представників політичних партій і 20 кандидатів у президенти – регламент теледебатів передбачав короткі і влучні відповіді. Окрім тематичних, були також блоки для спілкування учасників між собою і фінальне звернення кожного учасника до глядачів, але без агітації.

Особливістю і президентських, і парламентських дебатів було те, що в студію було запрошено близько ста представників університетської спільноти, переважно студентів вищих начальних закладів України, викладачів, журналістів та експертів. Настрої активної української молоді одразу сформували своєрідну атмосферу й ауру «Національних теледебатів – 2014», яка помічала фальш і нещирість.

Унікальністю конвергентної моделі мовлення було поєднання телевізійної та онлайн-трансляції, що, окрім офіційних теледебатів, мала додаткову складову «Campus talk». Це – дискусійний майданчик для більш неформального спілкування з експертами, аналітиками в перерві між блоками запитань під час ефіру і, звичайно ж, політиками після офіційних теледебатів.

Після жеребкування кандидатів на пост Президента України для участі в проекті «Національні дебати» у прямому ефірі Першого Національного каналу було розпочато промокампанію із залученням молодих журналістів та громадських діячів «Чому потрібні національні дебати?».

Розрахункова тривалість програми «Національні дебати» становила 90 хвилин ефірного часу і пропорційно зменшувалася за умови неучасті когось із трьох кандидатів. Запитання зі студії, де були представники національних університетів, журналісти і громадські активісти, також були спільними для трьох учасників ефіру. Для відповіді на спільні запитання чотирьох блоків і глядачів кожен учасник мав 90 секунд. У блоці «Питання між кандидатами» кожен ставив одне запитання обом своїм колегам. На запитання у кожного кандидата 30 секунд, на відповідь у двох інших – по 60. Формат передбачав короткі прикінцеві висловлювання кожного з кандидатів хронометражем по 40 секунд. Для максимального надання рівних умов участі в проекті кандидатів представляли в алфавітному порядку на кожному ефірі, а на запитання вони відповідали по черговому в різних блоках, поступово зсуваючись на одного (за принципом: I блок – 1, 2, 3; II блок – 2, 3, 1; III блок – 3, 1, 2 і т. д.).

Кандидати на пост президента України під час проведення «Національних дебатів» повинні дотримуватись порядку проведення дебатів, визначених регламентом; етичних норм поведінки, не припускатись висловлювань, що принижують честь і гідність іншого кандидата-учасника дебатів; виконувати вимоги ведучого дебатів щодо регламенту виступів, відповідей і запитань [16].

Формат теледебатів – 2014 в Україні має свої переваги і недоліки. Позитивним є те, що публічні дискусії підвищують політичну культуру виборців, їхню активність в політичному житті країни й особливо в день голосування. Вдосконалюють вміння ставити запитання політикам, вимагати від них виконувати свої обіцянки. Теледебати впливають на розподіл симпатій виборців і допомагають краще ознайомитися з програмою кандидатів і визначитися з вибором політичної сили. Дебати розвивають вміння відстоювати власну позицію за допомогою слів, майстерність протистояти іншим аргументам, шліфують ораторське мистецтво і політичну культуру учасників дебатів, які поступово набувають інтелектуальної звички вислуховувати опонента і лише потім робити власні висновки. Молодим, маловідомим політикам теледебати дають можливість заявити про себе. Серед плюсів інноваційного формату теледебатів в Україні можна вказати й інтелектуальність дискусії, забезпечення інтерактиву з аудиторією за допомогою регіональних включень університетської спільноти, активну участь молоді й академічної спільноти тощо.

Час трансляції і виступів деякі експерти відносять до негативів. Адже через велику кількість учасників, яким, за законом, необхідно забезпечити рівні умови доступу до телеефіру в передвиборчій боротьбі, для відповідей на запитання було відведено мало часу. У випадку парламентських теледебатів пряма трансляція відбувалася в пізній час (після 21:00).

Щодо загальної оцінки публічних виступів учасників, що базуються на опитуваннях аудиторії і спостерігачів, не завжди обмін аргументами відбувався на професійному рівні. Іноді учасники порушували встановлений регламент – йдеться про заборонену на законодавчому рівні пряму політичну агітацію під час теледебатів; відхилення від озвучених ведучими тем блоків; недотримання відведеного для виступу хронометражу. Вміння аргументувати має бути в основі будь-яких публічних теледискусій, однак цими навичками володіли далеко не всі учасники дебатів, можливо, через відсутність тривалий час школи дебатів, особливо в учасників поважного віку.

На основі вищезазначеного можна зробити такі висновки і прогнози:

1. Сьогодні в Україні відроджуються демократичні традиції публічних обговорень, що становили основу демократичного ладу на українських землях ще з козацьких часів. Формується нова школа дебатів як засобу політичних комунікацій з урахуванням сучасних викликів суспільства.

2. Теледебати є важливим механізмом обговорення актуальних тем, однак не їхнього вирішення. На основі запитань і відповідей учасників можна побачити, яких змін і реформ найбільше потребує суспільство.

3. Рівень інтелектуальної публічної дискусії, яку запропонували представники академічної спільноти, громадського сектору, журналісти і експерти має стати традиційним в культурі проведення теледебатів в Україні і всій Європі.

1. <http://blogspravda.com.ua/authors/bogush/4b5d99d311136>.
2. Гоян О. Я. Основи раціо журналістики і радіо менеджменту : підруч. / О. Я. Гоян. – 2-ге вид., допов. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підруч. / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., переробл. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Кисельова Ю. Теледебати як дзеркало, шанс і змагання / Ю. Кисельова // 10-й рік видання. – 2004. – № 42/385. – 12 листоп.
5. Набруско В. І. Чи стане Україна господарем у власному інформаційному просторі? / В. І. Набруско / Дзеркало тижня. – 2008. – 13 верес. – Мб 34 (713). – С. 19.
6. <http://vybory.mediasapiens.ua/2014/11/02/taras-petriv-beruchy-uchast-u-takyh-proektah-molod-vede-aktyvnu-borotba-za-probudzhennya-krajiny>.
7. Слісаренко І. Політичний процес і роль преси / І. Слісаренко // Публіцистика і політика : зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Шкляра. – К., 2001. – Вип. 2. – С. 26–32.
8. Kathleen Hall Jamieson, David S. Birdsell Presidential Debates: The Challenge Of Creating An Informed Electorate. – Oxford University Press, 1988. – 265 p.
9. Newton N. Minow, Craig L. LaMay. Inside the Presidential Debates: Their Improbable Past and Promising Future. The University of Chicago Press, 2008. – 174 p.
10. Joel L. Swerdlow, Beyond Debate. A Paper On Televised Presidential Debates – Twentieth Century Fund. Political Science, 1984 – 89 p.
11. Theodore C. Sorenson. Kennedy. Harper & Row Publishers Inc., New York, 1965. – 193 p.
12. Alan Schroeder, Presidential Debates. Fifty Years of High Risk TV. New York: Columbia University Press, 2008. – 177 p.
13. <http://zgroup.com.ua/article.php?articleid=1558>.
14. <http://ua.euronews.com/2012/10/01/how-to-succeed-in-us-presidential-race-debates>.
15. <http://1tv.com.ua/uk/about/news/2014/05/07/55272>.
16. [http://osvita.mediasapiens.ua/view/viprobuvannya\\_teledebatami](http://osvita.mediasapiens.ua/view/viprobuvannya_teledebatami).

## TV DEBATE AS A FORM OF SOCIAL COMMUNICATION

**Olga Gresko**

*Institute of journalism*

*National Taras Shevchenko University of Kyiv*

*Melnykova str., 36/1, Kyiv, 04119, Ukraine*

*PhD, e-mail: greskovolga@gmail.com*

Current state and prospects of the development of the theoretic-practical model of debates as an efficient tool of political communication in different countries are considering in this research. The history of the debates in Europe, the United States has formed a unique culture, which provides to follow definite



rules of public discussions. Nowadays television debates in democratic countries are used by civil society as a mechanism of control the authorities, that implements the function of professional journalism as the "fourth power".

On the example of the National debates at the First National Channel before early presidential and parliamentary elections in 2014 in Ukraine the advantages and disadvantages of this format as a tool of social communication are analyzed. The implementation of the idea of a television debates in the information space of Ukraine allows to improve the political culture of Ukrainian society, to develop public speaking skills of participants, to increase the accountability for the words and actions of leaders and representatives of political parties.

*Key words:* television debates, social communication, political culture.

## ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ДЕБАТЫ КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Ольга Гресько

*Институт журналистики*

*Киевского национального университета имени Тараса Шевченко*

*ул. Мельникова, 36/1, г. Киев, 04119, Украина*

*e-mail: greskovolga@gmail.com*

В исследовании речь идет о современном состоянии и перспективах развития теоретико-практической модели дебатов как эффективного средства политических коммуникаций в разных странах мира. История возникновения дебатов в Европе, США сформировала своеобразную культуру, которая предусматривает соблюдение правил ведения публичных дискуссий. Теперь теледебаты в демократических странах служат механизмом контроля гражданского общества над властью, т. е. реализуют функцию профессиональной журналистики как «четвертой власти».

На примере проведения Национальных теледебатов на Первом Национальном канале накануне внеочередных президентских и парламентских выборов 2014 года в Украине проанализировано преимущества и недостатки этого формата как инструмента социальных коммуникаций. Воплощение идеи теледебатов в информационном пространстве Украины позволяет улучшить политическую культуру украинского общества, развивать навыки ораторского искусства участников, повысить ответственность за слова и действия лидеров и представителей политических партий.

*Ключевые слова:* телевизионные дебаты, социальные коммуникации, политическая культура.