

- науково-практичній конференції «Творчість та новітні технологічні аспекти мистецької освіти в Україні» (15 жовтня 2010, м. Київ, ІПСМ). З особистого архіву.
12. Стороженко М. Роздуми про мозаїку. – Рукопис. З особистого архіву.
 13. Стороженко М. Про деякі особливості роботи над мозаїкою. – Рукопис. З особистого архіву.
 14. Стороженко М. Думки під склепінням / М. Стороженко // Мистецькі обрії' 99: Альманах: Науково-теоретичні праці та публіцистика / Академія мистецтв України / Головний науковий редактор І.Д. Безгін - К: КНВМП «Символ-Т», 2000. – С. 35-47.
 15. Стороженко М. Складка барокова. – Рукопис. З особистого архіву.
 16. Соловей О. Феномен творчо-педагогічної діяльності / О. Соловей // Мистецтвознавство України: Зб. наук. пр. – К.: ІПСМ АМУ; КЖД «Софія», 2009. – Вип. 10. – С. 338-345.
 17. Стороженко М. Програма синтезу мистецької культури. – Документи Президії Національної академії мистецтв України.
 18. Макаров А. Роздуми про постмодерніста / А. Макаров // Слово і час. – 1990. – № 9. – С. 158.
 19. Шапиро А. Эмоции и «чистый разум» украинского постмодерниста А. Дубовика / А. Шапиро // Твое время. – 2008. – № 3 – С. 53-62.
 20. Abstraction in Russia XX century. V. I, II // State Russian Museum of St. Petersburg, 2001. – P. 316-317 (V. I - 383, II - 431); Times of change. Art in the Soviet Union 1960-1985 // State Russian Museum of St. Petersburg, 2006. – P. 319 (416); Степанян Н. Искусство России XX века / Н. Степанян. – М.: Галарт, 2008. – С.251 (416).
 21. Творча зустріч з О. Дубовиком в Національному культурно-мистецькому та музейному комплексі "Мистецький Арсенал" . – 17 листопада 2012 року.
 22. Дубовик О. Палімпсести / О. Дубовик // Дубовик. – Київ, 2005. – 231 с.
 23. Дубовик О. Мій Катехізис / Дубовик. – Київ, 2005. – 231 с.
 24. Повернення деміургів / Плерома'98. Мала українська енциклопедія актуальної літератури. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 1998. – 288 с.
 25. Смирна Л. Інтерв'ю з О. Дубовиком. 20.11.2012 р., 28.12.2012 р. - З особистого архіву.
 26. Дубовик А. Слова / Дубовик А. – К.: Софія, 2012. – 264 с.

Стаття надійшла до редакції 11.12.2013

L. Smirna

PHILOSOPHICAL CONCEPT UKRAINIAN ARTISTS SIXTIES OF THE TWENTIETH CENTURY

In suggested research an attempt of the philosophical and aesthetic thoughts artists of sixties V. Lamakha, F. Yuriyev, M. Storozhenko, O. Dubovyk on the back of dramatic events in the history of Ukrainian Arts was accomplished.

Key words: *artists of sixties, world outlook conceptions .*

УДК 791.43

Н.І. Цімох

ПОЛІТИЧНІ ТОК-ШОУ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Телевізійні політичні ток-шоу займають особливе місце в телевізійному просторі і охоплюють населення значно більше, ніж інші програми. Телевізійна присутність стає

основним ресурсом виходу на тих, кого ще не зачепила партійна пропаганда, тобто дає можливість залучити нових симпатиків. Це живе реагування на проблеми сьогодення.

Ключові слова: *Телевізійний простір, політичні ток-шоу, теледебати, маніпуляція, жанр.*

Актуальність теми. Сучасний медіаринок України наповнений проектами різновекторного спрямування: від важливих для суспільства програм до справжніх видовищних дійств. Безпосередньо важливу нішу серед них займає вже досить освоєний вітчизняними медійниками жанр телевізійної журналістики – ток-шоу. Зокрема один із його видів – політичні ток-шоу.

Серйозних, комплексних досліджень політичних ток-шоу як жанру, який впливає на масову свідомість і має маніпулятивний потенціал немає. Жанр викликає велику кількість суперечностей, адже є дуже популярним жанром на українському телебаченні, і часто медійники користуються цим. Проте забувають про призначення і функції політичних ток-шоу, створюють шоу і незалежно від волі глядача нав'язують ту чи іншу думку.

Автори суспільно-політичних ток-шоу позиціонують ці програми, як ті, що допомагають глядачам розібратися у вирі подій, виробити об'єктивну точку зору на процеси у соціумі. Насправді ж часто маніпулюють темами, часом, соціологією і вдаються до різних способів аби глядач сприйняв ту чи іншу думку саме так, як вигідно творцям програми, які намагаються створити «порядок денний» в країні.

Мета: аналіз політичних ток-шоу і їхнього маніпулятивного впливу на маси.

Політичне ток-шоу в українському телебаченні відносно новий жанр. Ток-шоу (англ. talk show) — жанр телепередачі, телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу, точок зору. Як правило в ток-шоу беруть участь запрошені експерти з якихось конкретних питань, запрошені гості але можуть також і присутні глядачі. Спілкування гостей телепрограми організує звичайно один, або іноді декілька телеведучих — ЗМІ-модераторів. Найчастіше, основною темою дискусії є інтерв'ю із запрошеними гостями до студії — політиками, знаменитостями, фахівцями.[12] Жанр ток-шоу виник на американському телебаченні в 60-х роках ХХ століття, його творцем, як стверджують, був відомий журналіст Філ Донахью.

Існує легенда: інтерв'юючи під час прямого ефіру гостя своєї програми, Філ Донахью в якийсь момент зрозумів, що запитання у нього закінчилися. Тоді він підбіг до одного з глядачів, що сиділи в студії, і запитав: «У вас є запитання до нашого гостя?» Глядач не розгубився, і таким чином Донахью винайшов жанр ток-шоу.

Вперше програма Філа Донахью з'явилася на телевізійному каналі «WHIO-TV», там у 1963-1967 роках він працював ранковим ведучим і проводив ток-шоу в прямому ефірі за участю запрошених до студії гостей. Це була провінційна телестанція, бюджет виділили мізерний і запросити до себе гостей з числа зірок Донахью було нелегко. Щоб залучити аудиторію, а разом з нею і тих самих зірок політики та шоу-бізнесу, Донахью зважився на принципове нововведення. Він зосередив увагу у своєму ток-шоу не на відомих особистостях, а на скандальних проблемах, які відкрито обговорював в ефірі. Дебют «The Phil Donahue Show» відбувся в Дейтоні (штат Огайо). Першим гостем на «Phil Donahue Show» стала Маделін О'Хейр, атеїстка, з якою він обговорював релігійні конфлікти між учнями в коледжах. «Протягом того ж тижня в листопаді 1967 року він видав у ефір фоторепортаж з пологового будинку з докладним показом всіх деталей і обговорив процес пологів з присутніми в студії»[5,167].

Наприкінці 80-х рр. завдяки Філу Донахью жанр ток-шоу був настільки популярним, що практично на всіх телеканалах США - від великих, загальнонаціонального значення, до дрібних провінційних - з'явилися свої ток-шоу.

Проте у ситуації негласного змагання, у ток-шоу все менше і менше приділяли увагу соціальним і політичним питанням. Ток-шоу почали набувати скандальний характер. Гостями ведучого були, як правило, фахівці, герої дня і знаменитості, а безпосередніми учасниками полеміки ставали глядачі - як в телестудії, так і біля домашніх екранів. Глядачі прямо з місць (або по телефону) ставили свої запитання гостям, коментували їх думки, виступали з власними думками і часом сперечалися одне з одним. Це давало програмі спонтанний характер і робило її різноманітно. У рекламних проспектах говорилося, що «у виступах Донахью можна спостерігати щось і від психологічної драми, і від вуличного театру, і від сеансу колективної терапії».

У СРСР, а отже і в Україні, телеглядачі познайомилися з ток-шоу Донахью в 1986 році. Його ім'я пов'язане з телемостом, що з'єднав в прямому ефірі людей Америки і СРСР. Ці передачі залишаються унікальними в тележурналістиці. У рекламних матеріалах, що поширювалися в Москві, зазначалося, що Донахью вів свої передачі з в'язниці штату Огайо і з луна-парку Уолта Діснея, з пароплава «Міссісіпі Квін» і з п'ятитисячної аудиторії, що обговорює проблему рівності прав чоловіків і жінок.

Володимир Познер став відомим телеглядачам як партнер Філа Донахью у проведенні телемосту (з радянської сторони). Після цих передач, Володимир Познер провів ще десятки різних ток-шоу за участю сотень людей різних національностей, професій і віку. Кожного разу передачі вражали широтою можливостей ведучого: його ерудиція, такт, доброзичливість у поєднанні з сильною волею і ясним розумінням мети приводили до того, що напружене, колективне шукання істини через діалоги В.Познера з присутніми в студії людьми, справляло величезний духовний вплив на телеглядачів. Не тільки ім'я Володимира Познера пов'язане із зародженням подібних програм на радянському телебаченні. «Ще не було в лексиконі помітного англомовного терміна «ток-шоу», а позначуване ним явище - телепрограми, в яких в студії були присутні глядачі, гаряче обговорюють запропоновану проблему, вже існували». Це був «12 поверх» Е. Сагалаєва, «Музичний ринг» К. Максимової, перебудовний «Взгляд» з В.Лістєвим, О.Любимовим і т.д.

Можна стверджувати, що жанр ток-шоу в СРСР, а після проголошення Незалежності, і в Україні почав набувати національної самобутності, ставав трибуною для обговорення справді актуальних питань сучасності. Причому у глядача(з часі В.Познера, В.Лістєва та ін.) зберігалось відчуття, що його голос може бути почутий. Телебачення незалежної європейської держави України йшло навпомацки, експериментуючи з новими формами та жанрами, випробовуючи їх. Для цих експериментів телеканали, природно, обирали найуспішніші та найрейтинговіші зразки західної телеіндустрії.

Після серпня 1991 р. в Україні відкрилися нові політичні, економічні та творчі можливості розвитку всієї системи ЗМІ. Телебачення починало буквально з нуля, відкриваючи і осягаючи закони телевізійних жанрів, драматургії і телевізійної діяльності в цілому. Для наслідування використовувалися будь-які зразки, які приносять успіх і економічну вигоду.

У перший рік своєї появи на наших екранах передачі в жанрі ток-шоу транслювалися виключно у вечірній час[10,8].

На жаль, з 1991-1993 рр. і по сьогоднішній день, для ток-шоу, - це період експансії закордонних жанрів на вітчизняному екрані. Ток-шоу стали існувати як «кальки» західних телепрограм, копіюючи не тільки їх основні ознаки (легкість розмови, артистизм ведучого, обов'язкова присутність аудиторії), а й розважальність як елемент комерційного успіху[9,45].

Саме так в Україні з'явилися ток-шоу. Їх популярність, принципи проведення, основні віхи мало відрізняються від моделі американської.

Проте треба визнати, що часто ток-шоу стають індикаторами гострих суспільних проблем. Оголошуючи їх, голосно заявляючи про них, ці програми, завдяки своїй публічності і

можливості викликати резонанс, інколи стають арбітрами у справі розв'язання конфліктних ситуацій або своєю силою, що покликана відновити справедливість[3,131].

Дослідники телевізійних жанрів Н.В.Вакурова й Л.І.Московкин характеризують ток-шоу як розмовний жанр, сучасний аналог теледискусії, від англ. «talk-show» - запозичений у зв'язку з можливістю прямого ефіру західний жанр, адресований «не всім, але кожному».

Сучасний словник-мінімум наводить нам таке тлумачення: «ток-шоу - теле-, радіопередача розмовно-розважального жанру, розмова ведучого із запрошеним відомим політиком, митцем, артистом тощо»[6].

Журналістка газети «День» Марія Томак називає ток-шоу – «дитям американського ефірного простору, яке стало майже рідним і для наших телеканалів. Це лідер за своєю природою і програма, яка повинна бити рекорди, що вона і робить, її високий рейтинг із самого початку закладений у законах жанру»[7].

Ток-шоу (англ. talk show) — жанр телепередачі, телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу або певних точок зору. Як правило, в ток-шоу беруть участь запрошені в студію глядачі та гості. Спілкування гостей телепрограми організує звичайно один, або іноді кілька телеведучих. Найчастіше, основною темою дискусії є інтерв'ю із запрошеними гостями до студії — політиками, знаменитостями, фахівцями[4].

Ток-шоу як новий жанр журналістики є поєднанням найяскравіших якостей телебачення (найновішого ЗМІ): розважальності та пізнання. Для будь-якого глядача сьогодні – це суспільно-важливе явище, яке має велике соціальне значення. Це свого роду інсценування певної життєвої ситуації та ймовірних шляхів її вирішення.

Ток-шоу – 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 і відповіді,можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь[11,89].

Якщо замислимося над змістом і підтекстом словосполучень, то помітимо, що у кожному з них є, так би мовити, головне і другорядне слово. Ось, наприклад, «ток-шоу» – що тут є головним розмова («ток») чи шоу, а що другорядним? Як би не намагалися автори серйозних ток-шоу розглядати важливі суспільні чи політичні проблеми у своїх передачах, елемент шоу завжди буде присутнім, і часто навіть домінуватиме.

Ток-шоу у його первісному вигляді повинно допомагати глядачеві, який зіштовхнувся із життєвими труднощами, дати зрозуміти, що його ситуація не унікальна, що він не один: є ще люди, яких хвилюють ті ж питання, і ті, які готові поділитися з ними своїм життєвим досвідом. Саме ток-шоу дозволяє моделювати ситуацію, спільно переживати її, опосередковуючись підтримкою віртуального колективу, і припускати допустимі варіанти поведінки, що заповнюють нестачу авторитетних суджень та вказівок. Ситуації, які моделюються у програмі, призначенні відчиняти «завісу таємниці» над способом роздумів іншої людини і допомогти у пошуках компромісу. Це своєрідні «думки вголос». Невід'ємною рисою даного жанру є його, так би мовити, народність.

У свою чергу політичні ток-шоу також мають задовольнити політичні смаки своєї аудиторії, допомогти розібратися у вирі подій. Адже у кожній державі є влада, а відповідно є опозиція, є чиновники, які створюють закони та лобіюють свої інтереси. Населення не може залишатися осторонь свого політичного життя. У первісному вигляді експерти визначають політичні ток-шоу як жанр аудіовізуального витвору, головною метою якого є зосередження уваги глядачів на окремих аспектах політичного життя суспільства. Політичні ток-шоу відрізняються від інших політичних програм саме наявністю так званого «внутрішнього» активного глядача. На це і розраховують творці цих програм, коли вдаються до маніпуляцій.

Експерти приходять і до того, що політичні ток-шоу сьогодні певний «гібридний жанр, в якому інформативність і розважальність визначені технологіями, які наслідують

психологію телеглядача» [1, 115]. В їхній основі – перманентна боротьба представників протилежних таборів напередодні виборів, що зближує ток-шоу з теледебатами.

Класичне ток-шоу, зокрема і політичне, являє собою трикутник: ведучий – запрошені гості (експерти) – глядач у студії. Його схема досить проста, проте безпрограшна: герої, глядачі, ведучий, запитання і відповіді.

Ток-шоу відрізняється від інших програм надзвичайною тематичною і функціональною шириною жанрового різновиду. Дослідники вважають, що воно поєднує в собі ознаки інтерв'ю, дискусії, гри і концентрується навколо особистості ведучого. Це одні зі складових успішності і популярності цього жанру.

Невід'ємним компонентом політичного ток-шоу є відповідна аудиторія. Глядачі в студії створюють атмосферу публічності, допомагають емоційно орієнтуватись в ситуації дискусії. Як-не-як, а це найширше відображення ефектності самого телепроекту. «Народ» у програмі користується особливим авторитетом – це конструкція, до якої апелюють усі ведучі. «Народ» пояснюється як джерело найбільш зважених і адекватних вирішень проблеми. Великою перевагою народу є його «простота». Це також один із елементів, який робить ток-шоу таким популярним, адже глядачі в студії надають ток-шоу рис «народності» і «зближеності».

З появою ток-шоу на вітчизняних каналах виникла посада – модератор. Це людина, яка займається «підігрівом» публіки. Модератор розповідає про хід програми, про роль глядачів, намагається спонукати людей до діалогу, запитує, хто із присутніх бажає висловити свою думку стосовно даної теми програми, показує, як потрібно користуватись пультами для голосування, якщо їх використовують у проекті. Модератор присутній у залі протягом усієї передачі. Він слідкує за ходом ток-шоу і першим розпочинає аплодувати у місцях найбільшого емоційного підйому бесіди, він допомагає сформулювати думки охочих розповісти свою історію. Таким чином, відповідно до теми програми та її специфіки відбирається відповідна публіка. Зазвичай автори проекту прагнуть відібрати якнайяскравіших людей, які зможуть подати до дискусії незвичайну думку, провокативне запитання. Саме такі люди і є однією із «родзинок» програми.

Третій компонент – гості програми. Вони є головними особами у всій виставі. Цікаві та неординарні люди – гарант успіху будь-якого ток-шоу. Дуже часто ми спостерігаємо привернення уваги до такого телевізійного проекту саме за рахунок яскравості та популярності того чи іншого гостя.

В залежності від характеру ток-шоу у ньому може брати участь від одного до десяти героїв. Мінімальна ж кількість – це двоє, тоді більша частина уваги приділяється ідеї. А в ідеї є як прихильники, так і противники. Зазвичай у таких ток-шоу герої є основними опонентами[2].

Існує три категорії гостей, яких можна запросити на політичне ток-шоу:

1. Експерт – професіонал із даної теми ток-шоу. Ще до початку програми ведучий пояснює роль експерта – давати об'єктивну оцінку певній ситуації. Експерти в програмі зазвичай проявляють себе в амплу аналітика, який на акценті дискусії дає свій коментар.

2. Реальна особа. Це людина, яка безпосередньо пов'язана із проблемою. Тут вона є конкретним прикладом із своїм конкретним вирішенням проблеми.

3. Чиновник. Це посадова особа, яка так чи інакше владно пов'язана або спроможна допомогти знайти вихід або ж дати фахову пораду.

Хитрість українських політичних ток-шоу полягає в тому, що на програми запрошують постійно одних і тих осіб, яких делегують від партій. Автори програм не запрошують особистість в студію на прямий ефір, а запрошують представника від партії. В той час, як у кожній партії одні постійні спікери. Такий вибір гостей серйозно впливає на якість програми.

Зачинателем жанру політичного ток-шоу на українському телебаченні вважають російського журналіста Савіка Шустера та його програму «Свобода слова». Уперше ця передача з'явилась у вересні 2001 року на російському каналі «НТН». З 2005 року вона почала виходити у прямому ефірі на українських телеканалах «ICTV» та «Інтер». У 2010 році ток-шоу змінило свою назву на «Шустер Live» і канал – на ТРК «Україна», геть нещодавно це шоу ще показували на «Першому національному», а сьогодні вже на телеканалі «Інтер»[13].

За останні роки, одними з найвідоміших політичних розмовних видовищ вважають «Велику політику з Євгенієм Кисельовим» на «Інтері», «Шустер Live» на Першому національному, «Свободу слова з Андрієм Куликовим» на ICTV.

Формат же сучасних політичних ток-шоу дороблявся в Росії. Саме в цій країні американському прототипу придумали вимірювальні апарати. Зараз їх використовують усі українські популярні шоу. Ось так про це пристрої медіаексперт Альона Сібірська у своїй статті для «Телекритики» - «Утопія, яка може стати реальністю»[6].

«Творці початкової моделі політичних ток-шоу - американці, а за ними продюсер «Свободи слова» в Росії Віра Кричевська - знайшли технічне рішення проблеми висловлення суспільної думки. Тоді ж сценарій програми був доповнений пультами, що дозволяють в прямому ефірі виводити на екрани в студії результати голосування глядачів, які сидять у ній. Можливість реагування на виступ представників політичного класу представниками громадськості та можливість усій телеаудиторії бачити оцінки виступів політиків були покладені в основу цього формату шоу.

Сьогодні всі існуючі формати політичних ток-шоу на вітчизняному телебаченні дотримуються правила зворотнього зв'язку, кожен у доступних йому інструментах.

У програмі «Шустер Live» на Першому національному у студії ведеться інтерактивне голосування аудиторії представників Київської області. У програмі «Свобода з Андрієм Куликовим» на ICTV свої оцінки того, що відбувається в студії, дає не тільки аудиторія, а й експерти з допомогою своїх висловлювань. У програмі «Республіка» з Анною Безулик на 5-му каналі- наймолодшою з ряду вітчизняних політичних ток-шоу - роль зворотного зв'язку виконує розгорнутий майданчик формату в одній із соціальних мереж. Навіть монологічне ток-шоу Євгена Кисельова «Велика політика» на «Інтері» не позбавлене видимості зворотного зв'язку з глядачами, в ньому їм пропонується зателефонувати за номером мобільного телефону і проголосувати з приводу того чи іншого актуального питання програми. Демонстрація зворотнього зв'язку є досі обов'язковим додатковим елементом формату політичних ток-шоу. Однак ця інформація жодним чином не впливає на події в ефірі - на самому студійному майданчику студії і далеко за її межами. Чого не враховувала ця модель, так це особливостей української політичної культури. Як у тому анекдоті: що б ми не робили - все виходить автомат Калашникова. Так і тут: можливість розумної аргументованої дискусії в присутності різних груп і критично налаштованих глядачів-оцінювачів не була реалізована.

Сучасну модель політичних теледебатів підмінила модель глухоти учасників та аудиторії».

За принципом трикутника з використанням вимірювальних пристроїв створені українські ток-шоу. Проте творчі колективи кожної з програм намагаються внести якісь нові елементи та цікавинки, аби зробити своє шоу популярнішим і «рейтинговішим». Та в гонитві за рейтингами, з політичним ток-шоу відбулися дивовижні метаморфози: поки не було певних його меж (та й самого терміна), в ньому була присутня суспільна і духовна напруга, відбувалися серйозні відкриття, не тільки творчі, а й соціальні. Зі зміною соціально-політичної ситуації в Україні, пізніше, коли жанр ток-шоу став гуляти по всіх телеканалах, побивши за кількістю передач рекорди, він почав безпосередньо маніпулювати свідомістю

телеглядачів. І якщо раніше «до періоду Помаранчевої революції, в якій політичні ток-шоу були битвою гладіаторів, щоп'ятниці увечері українські телеглядачі збиралися біля екранів як римляни у Колізеї, і могли почути більш-менш відверту правду від своїх обранців; то сьогодні ці слова виглядають скоріше міфом, а ніж реальністю»[14].

Список використаної літератури

1. Владимиров В.М. Місія журналістики: у порядку постановки питання // Наукові записки Інституту журналістики. – 2001. Т-2
 2. Бирбом М. Хозяин ток-шоу //Спутник-ТВ. 2005.
 3. Законова А. Засоби масової комунікації: ефективність впливу на аудиторію // Роль ЗМІ в процесах державотворення. – К.: 1998
 4. Недопитанський М.І. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.journ.univ.kiev.ua>
 5. Роль мас-медіа у формуванні інформаційного суспільства. –К.: 2005
 6. Сібірякова А.О. «Утопія, яка може стати реальністю»// Телекритика <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/view/2011-07-29/64668>
 7. Смирнова Т.В. Мовленнєва структура рекламного тексту як засіб формування впливу на соціальну поведінку людини // наукові записки Інституту журналістики. – 2001 №5.
 8. Томак М. «Барьер» для ток-шоу. Особенности украинской адаптации американских форматов [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.day.kiev.ua>
 9. Шерман О.М. Політичний стереотип: місце у політичному процесі та... -Львів: 2008
 10. Яковець А. Телевізійна журналістика : теорія і практика. – К. : ВД "Києво-Могилянська академія",2001
 11. Яковець А. Телевізійна журналістика : теорія і практика. – К. : ВД "Києво-Могилянська академія",2001
 12. www.wikipedia.ru
 13. www.wikipedia.ru
 14. <http://www.pravda.com.ua/news/>
- Стаття надійшла до редакції 11.12.2013

N.I. Tsymoh

POLITICAL TALK SHOW IN UKRAINIAN TELEVISION SPACE

TV political talk - show a special place in the television space and cover the population is much larger than other programs. TV presence has become a major resource output to those who have not yet touched the party propaganda, that is an opportunity to draw new supporters. It is a living response to the challenges of modernity.

Keywords: *TV space, political talk - show, televised debate, manipulation, genre.*