

УДК 179.1: 659.3

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ТОК-ШОУ КАК ВСЕУКРАИНСКАЯ МЕДИАИГРА

Голодникова Ю.А.

Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь

Статья посвящена анализу политического ток-шоу в контексте медиаигры.

Ключевые слова: медиаигра, жанр, ток-шоу

Постановка проблемы. Телевидение информирует, социализирует, защищает ценности общества и навязывает свои, конструирует образы мира и адаптирует события для понимания аудиторией, создает несуществующие события, несуществующих героев и выигрывает на выборах. Однако, как заметила исследователь В. Зверева, по отношению к телевидению сохраняет свою актуальность метафора «робкого гиганта», принадлежащая Маршаллу МакЛюэну: «Со временем стало видно, что эта «робость» – не следствие его «юности», а некая постоянная черта. Телевидение обладает большим потенциалом. <...> Но на практике оно достаточно консервативно, не склонно к инновациям и повторяет безопасные и апробированные культурные образцы в гораздо большей степени, чем можно было бы ожидать» [6].

Теоретики и практики в сфере масс-медиа часто повторяют, что телевидению угрожает тотальная «развлекательность», проникающая во все жанры и претендующая на захват новостей. И эта тенденция обусловлена развитием информационных технологий и эксплуатацией человеческих ресурсов: поведенческих реакций, стереотипов мышления, эмоционального голода, инфантильного «эго».

Политические ток-шоу в списке развлекательных программ занимают особое место. Для Украины этот жанр означает прорыв в направлении демократизации информационного пространства страны, развития коммуникативных возможностей диалогических форм, и в то же время – показатель аполитичности общества, не желающего сделать выбор между Сциллой и Харибдой – страшщей истиной и чудовищной ложью.

Цель статьи. В данной статье на примере проекта «Свобода слова» мы обратимся к рассмотрению политического ток-шоу в контексте традиций медиаигр.

Под медиаиграми мы будем понимать ситуации, в которых представление фактической информации осуществляется параллельно процессу создания игры; ситуации перемещения виртуальных образов в реальность с созданием образов-имитаций реальности и образов-имитаций информации.

Медиаигры функционально связаны с потребностью человека в развлечении, обусловлены развитием коммуникационных технологий и конвергенцией средств массовой коммуникации.

Программа «Свобода слова» впервые появилась в постсоветском медиапространстве 14 сентября 2001 года. Премьера общественно-политического ток-шоу, ведущим которого стал известный журналист Савик Шустер, состоялась в России на телеканале НТВ. Согласно данным, представленным на сайте телеканала ICTV, в эфир НТВ вышло более 100 выпусков программы. «Свобода слова» дважды номинировалась на премию Национальной Телевизионной Академии России. В 2004 году стала победителем ТЭФИ в номинации ток-шоу [16].

В ретроспективном обзоре Леонида Штекеля (ПолитикHALL, №38, сентябрь 2007) возникновение проекта «Свобода слова» связывается с новой идеологией команды генерального директора телекомпании Бориса Йордана. «На свет появилось странное создание: с одной стороны, и аналитика есть, а с другой стороны – ток-шоу. <...> НТВ, с одной стороны, отказывалась от своего личного взгляда на мир, а с другой стороны, предоставляла слово политикам, которые к НТВ прямого отношения не имели. Ну, а политикам необходимо было понять, в каких рамках они могут говорить. Политики поняли» [18]. По мнению Л. Штекеля, Савик Шустер делал программу, которую могли смотреть все, а кто хотел думать – мог думать.

С сентября 2005 года, после закрытия ток-шоу и ухода Савика Шустера с телеканала НТВ, «Свобода слова» начала выходить в Украине на ICTV. Но уже летом 2007 года ведущий перешел на телеканал «Интер». Права на производство программы были зарегистрированы 21 июля 2005 года на продакшн-компанию «Телефабрика», которая производит контент для ICTV. Автором формата, согласно документам, выступает генеральный директор «Телефабрики», исполнительный продюсер ICTV Михаил Павлов.

Несмотря на то, что каждый отдельный выпуск программы «Свобода слова» принадлежит ICTV, Савик Шустер выпустил аналогичный проект на телеканале «Интер». «Свобода Савика Шустера» копировала программы, выходившие на НТВ и ICTV: использовался тот же принцип структурной организации и подачи информации. В ответ на поступок ведущего последовала волна негодующих публикаций со стороны представителей канала ICTV и других медиаорганизаций. Соавтор формата «Свобода слова» на НТВ Вера Кричевская прокомментировала ситуацию следующим образом: «Савик ведет себя как молодой рейдер: он агрессивно пытается захватить само понятие «свобода слова» в Украине. «Свобода слова здесь – это Я!» – вот что означает это поведение. Захват понятия «свобода слова» и борьба за свободу слова – диаметрально противоположные вещи. Создание фальшивки и доставка, как пиццы, фальшивки на дом чуть раньше оригинала – вот такая вот свобода слова; главное не отравиться и решить больше никогда не заказывать, как большой сосед на востоке» [9].

Руководство ICTV решило не отказываться от своих прав на популярный телевизионный формат, и 10 августа 2007 года начался новый сезон «Свободы слова» с ведущим Андреем Куликовым. Несколько месяцев обе программы выходили по пятницам практически в одно и то же время. По состоянию на первую декаду сентября 2007 года данные социологического опроса фонда

«Демократические инициативы» показывают, что политические ток-шоу регулярно смотрела почти четверть населения страны, еще половина граждан – время от времени. «Свобода Савика Шустера» на «Интер» возглавила список программ, на втором месте оказались политические ток-шоу телеканала «1+1», на третьем – «Свобода слова» на ICTV, на четвертом – политические дискуссии на «5 канале». Конкуренция между «Интером» и «ICTV» привела к тому, что накануне досрочных выборов в Верховную Раду Украины создатели двух «Свобод» объявили об одной сенсации: Президент Украины Виктор Ющенко станет главным гостем двух телеканалов в один и тот же вечер... «Обе «Свободы» соревнуются между собой за политиков и зрителя ничуть не меньше, чем политики – за избирателя», – отметил 26 сентября 2007 г. в статье «Дебаты: смотрим и разочаровываемся» журналист Тимур Нагалецкий [14].

С 18 февраля 2008 года телеканал ICTV перенес время выхода ток-шоу «Свобода слова» с Андреем Куликовым с пятницы на понедельник. Сам ведущий сообщил в интервью «Телекритике», что такое решение предоставит «больше свободы в выборе тем»: «Ведь в пятницу так удобно говорить о том, что состоялось. Даже если тему уже обсудили везде или если она на самом деле не так уж важна. Выход программы в начале недели предоставит лучшие возможности искать в более широком круге тем и опережать события» [17].

Проект «Свобода слова» регулярно попадает в фокус внимания журналистской критики, но не часто вызывает вздохи восхищения. «То, что «Свобода» Шустера стала базаром <...> уже никого не удивляет, – пишет журналист К. Гнатенко. – Савик Шустер потерял контроль над «базаром». Те, кто «продают» себя, перестали его слушать и увлекаться им как ведущим, понимая, что без них шоу не будет. Они даже советуют автору: «Об этом надо говорить в программе», – и, что интересно, Шустер, который еще совсем недавно блестяще реагировал и на подобные выпады, молчит, только пожимает плечами пиджачка от Армани» [3]. Заметим, что, участвуя в других ток-шоу, политики ведут себя не лучше.

Дебют Андрея Куликова в качестве ведущего «Свободы слова» на ICTV главный редактор журнала «Телекритика» Наталья Лигачева встретила возгласом: «Поставьте их на место!», требуя обращаться с политиками «поостроже» и не превращать программу в цирк или театральные подмостки [11].

Обозреватель «ТК» Олеся Савенко, оценивая первый эфир Андрея Куликова, также настаивала на позиции «твердой руки» ведущего ток-шоу: «Интеллектуальная дискуссия с жаждущим крови противником невозможна. Нужен человек, способный к ближнему бою» [15].

А по мнению самого ведущего программы «Свобода слова» на телеканале ICTV, политиков можно поставить в рамки, если тратить время на несущественные замечания станет невыгодно. В своей авторской колонке (журнал «Корреспондент» от 24.09.2007 г.) Андрей Куликов отметил следующее: «Украинским политикам пора научиться излагать свои мысли. Хотя бы у журналистов. <...> Многие из участников дискуссий думают, что способны более всего впечатлить нас хлесткими нелестными эпитетами, упрямым повторением заученных тезисов, повышенным тоном да пламенным взглядом. Как бы не так. Будь политики профессиональными журналистами, они говорили бы иначе» [13]. Но политики привыкли к определенному, причем сформированному масс-медиа, стилю поведения и общения

с аудиторией. И получилось, что «обе «Свободы» все чаще варятся в собственных бульонах, точно так же, как и политики, – замечает 08.05.2008 колумнист «Телекритики» Костя Гнатенко, – а настоящие актуальные, народные темы остаются за гранью их интересов» [3].

Что касается востребованности ток-шоу у зрителей, то рейтинги колеблются в зависимости от событийности той или иной недели, предпочтений в «телесмотрении» каналов и контекста медийной среды, порождающей информационно-развлекательные проекты. Кроме того, популярность общественно-политических программ во многом обусловлена личным отношением зрителей к ведущему и отсутствием опыта понимания того, какой же должна быть такая программа, хотя...

Когда «Свобода слова» Савика Шустера только появилась в украинском эфире, ряд известных тележурналистов и общественных деятелей в интервью для «Телекритики» 21.10.2005 г. высказали мнение, что стране необходима программа, которая по формату напоминала бы ток-шоу «К барьеру» Владимира Соловьева, выходящее на НТВ. «Украинскому эфиру не хватает духа соревнований. Ярким примером такого телесоревнования является российское ток-шоу Соловьева «К барьеру», – такую мысль выразил директор Института глобальных стратегий Вадим Карасев. – Я имею в виду не какой-то спор, а именно интеллектуальные соревнования – с аргументами и доказательствами. Так сказать, политические бои, пусть даже и символические. Это должно быть шоу со спецэффектами, чтобы оказывать влияние на зрителя». Автор и ведущий программы «5 копеек» на «Пятом канале» Роман Чайка отметил следующее: «Там (в программе «К барьеру»). – Ю.Г.) политики не работают на полутонах и не говорят эзоповой речью. То есть если есть позиция, то она проявляется конкретно, резко и четко – так, как это должно быть. Во-вторых, там больше драматургии и меньше тягучки. У нас – это мыльная опера, а там – динамичный боевик» [4].

В размышлениях Романа Чайки, Вячеслава Пиховшека, Игоря Гужвы, Вадима Карасева, Олега Покальчука, Евгения Перегуды, Владимира Цибулько приоритеты качественного политического ток-шоу выразились так: «Ведущим следовало бы четче выстраивать рамки и канву своей программы»; ток-шоу «бракуе духу змагань», нужны спецэффекты, драйв, динамичность, интерактивность, бой, соревнование; «бракує т акого т ок-шоу, яке б змогло відчувати проблеми суспільства і розтлумачити йому переваги та недоліки кожного світогляду»; в ток-шоу необходимо психологически комфортное пространство и для участников и для ведущих; нужны не женственные ведущие-мужчины, а ток-шоу «з ведучим у ролі чоловіка»; важно «побольше мостов между разными городами»; участники должны иметь четкие аргументы и доказательства, необходима «культура у веденні політичної дискусії» и «культура політичної мови».

Совокупность перечисленных характеристик позволяет смоделировать образ политического ток-шоу, который бы удовлетворил профессионалов в среде украинских медиа. В данном контексте уместно вспомнить о «профессиональных» жанровых характеристиках ток-шоу.

Истоки ток-шоу исследователи обнаруживают в различных сферах культуры. «Ток-шоу – значит «разговорное представление», – отмечает Г.В. Кузнецов. – Появился термин применительно к эстраднему жанру, где один конферансье-

затейник развлекает публику разговорчиками, иногда вовлекая в общение зрителей из зала. И на ТВ первыми признаками жанра считаются: легкость разговора, артистизм ведущего, обязательное присутствие аудитории» [10]. Среди специфических признаков ток-шоу Г.В. Кузнецов выделяет наличие «железного» сценария и «подготовленность» импровизаций: «...оно (шоу. – Ю.Г.) ведь всегда готовится заранее и потому имеет зачин, развитие, кульминацию и развязку. <...> Модератор превращает дебаты в динамичное зрелище – хотя выполняет, вроде бы, чисто диспетчерские функции. В роли модератора на Западе выступают самые известные телевизионные журналисты» [10]. По традиции имя ведущего во всем мире выносится в название передачи (что мы и наблюдаем в проекте «Свобода слова», выходящем на «Интер»).

По определению В. Зверевой, правила шоу предусматривают «большую формульную нарративность, драматичность информационных сюжетов – учет логики мелодраматических или детективных историй, с их узнаваемыми персонажами, завязкой, развитием, кульминацией, развязкой и моралью. Действие в шоу и поведение его героев в значительной степени подчиняются сценарию режиссера с заранее запланированными эффектами» [5].

Рассматривая актуальные проблемы телевизионного творчества, А.С. Варганов [2] выделяет такие важные «составляющие» ток-шоу, как шоумен (ведущий программы), объект «обсуждения-зрелища» (человек или проблема), «внутренние зрители» (люди в студии, наблюдающие за действием и активно участвующие в нем) и аудитория телезрителей

В основе политического ток-шоу – борьба представителей политических партий, усиливающаяся накануне выборов. Типичной медийной формой политической коммуникации считаются теледебаты. Н.В. Вакурова и Л.И. Московкин, обращаясь к типологии жанров современной экранной продукции, рассматривают теледебаты и ток-шоу практически как синонимичные названия одного и того же жанра: «Ток-шоу – это вариант разговорного жанра, который совмещает элементы интервью, дискуссии и даже репортажа, использующий зрелищность предвыборной конкуренции кандидатов. Является неотъемлемой необходимой составляющей частью цивилизованной предвыборной кампании: вынуждает кандидатов конкретизировать, идентифицировать и персонифицировать предлагаемую программу и позволяет аудитории структурироваться по электоратам соответственно полученной информации» [1].

Нетрудно заметить, что среди повторяющихся жанровых признаков ток-шоу исследователи выделяют мотив состязательности, аттрактивность и динамичность – то, что присуще феномену игры. В человеческой практике игровая деятельность имеет развлекательную, коммуникативную, диагностическую, игротерапевтическую функции; функцию самореализации – в игре как на сцене жизни; функцию социализации и коррекции. Медийная среда активно использует вышеперечисленные возможности игры, составляя из них «мозаику» в зависимости от целей воздействия медиапродукта на аудиторию.

Политическое ток-шоу – гибридный жанр, в котором информативность и развлекательность предопределены технологиями, идущими за психологией телезрителя. Представители гуманитарных наук посвятили анализу восприятия аудиовизуальной информации немало работ, но мы упомянем здесь лишь тех авторов,

чьи идеи оказались наиболее значимыми для данной статьи. Среди исследователей дальнего зарубежья назовем М. МакЛюэна, П. Бурдые, Ж. Бодрийяра, С. Жижика, Дж. Лакана, А. Менегетти; среди представителей постсоветского пространства – Г. Почепцова, Б. Потятинника, В. Бурыка, О. Косюк, А. Федорова.

В диссертационном исследовании О. Косюк «Розважальна функція електронних засобів масової комунікації: світовий контекст та національні особливості» впервые в Украине были предложены методологические основы анализа информационно-развлекательной аудиовизуальной продукции. Основной вектор в размышлениях автора работы связан с влиянием традиций народно-смеховой культуры на содержание и форму современной медиапродукции. «Так уже склалося, що саме розважальне й “низове” знаменувало епохи розквіту української культури, – пише О. Косюк. – Починаючи від мистецтв Бароко, знаменитих травестій та байок, нижнього вертепного ярусу, творчості Котляревського і завершуючи сучасними медіатекстами – фрагментарними, грайливими, іронічними, провокативними, – ми спостерігаємо постійні рецидиви народної сміхової культури, на яку, ймовірно, тратилися усі креативні сили народу, позбавленого можливості вільно творити “високе” і „серйозне”» [8, с. 11]. Автор диссертации подчеркивает, что политика всегда тяготела к «майданности»: «Вогонь, руїни, люди тут, у політичному “медіавертепі”, правлять здебільшого за декорації. У центрі уваги образи вершителів долі. Ще прижиттєво вони нагадують щось театральньо-монументальне або балаганно-комічне, як, наприклад, учасники бурхливих перед- і післявиборних подій (з киданням яєць, “парадом” вбивств, самогубств і отруєнь) в Україні» [8, с. 11].

Углубляясь далее в область медиаразвлечений, обратимся к фундаментальной работе Й. Хейзинги «Номо Ludens; Статьи по истории культуры». «Кажется очевидным, – отмечает ее автор, – что взаимосвязь игры и культуры нужно искать в первую очередь в высших формах социальной игры, там, где она проходит в упорядоченных действиях группы или сообщества, или двух групп, противостоящих друг другу» [19, с. 61]. Среди общих признаков игры автор исследования выделяет «напряжение» и «неопределенность». Именно это ощущают зрители проекта «Свобода слова». «В игре всегда остается вопрос: повезет или нет?» – продолжает Й. Хейзинга [19, с. 61]. Современные медиапроекты воспроизводят структуру древних состязательных (агонических) игр, основаны на конфликте, на противостоянии нескольких сторон, состязающихся за «победу». Добавим, что СМИ сами являются активными агональными игроками, поскольку поддерживают конфликты в массовом сознании украинцев. Это касается таких тем, как противостояние регионов (Восток-Запад), вступление Украины в НАТО, национально-патриотическое единство государства на фоне «недоверия» России, демократизация власти и модели развития будущего страны. В таком контексте шоу-проекты – зеркало украинской революции и коллективных ценностей общества, что подтверждают формулировки вопросов на ток-шоу: «Нужна ли Украине правда про голодомор?» («Свобода Савика Шустера» // Интер: Телеканал. – 2007. – 24.XI. – 21:30-00:00), «Сохранит ли Украина Крым?» («Свобода Савика Шустера» // Интер: Телеканал. – 2007. – 09.XI. – 21:30-00:00), «3 года оранжевой революции: когда случится украинское чудо?» («Свобода Савика Шустера» // Интер: Телеканал. – 2007. – 02.XI. – 21:30-00:00), «Бюджет какой страны выдержит предвыборные обещания украинских политиков?» (Свобода слова // ICTV: Телеканал. – 2007. –

21.X. – 21:30-00:00), «Какая коалиция нужна Украине?» (Свобода слова // ICTV: Телеканал. – 2007. – 01.X. – 21:30-00:00).

Выходя к микрофону, участники программ сражаются за виртуальную власть. Однако аргументы и стратегии убеждения остаются в рамках традиций «вертикали власти», имеющей узкий диапазон средств и методов внутренней и внешней коммуникации, низкий уровень культуры «горизонтального» взаимодействия между институтами власти [12]. Зрители же эмоционально «присоединяются» к высказываниям говорящих, позволяя ослабить собственную критическую позицию. Остроту и динамику зрелища, а также давление на зрителя усиливает экран, отображающий симпатии/антипатии участников опросов и результаты эмоционального отклика присутствующих в студии на слова говорящего. Механизм вовлечения аудитории в игру связан с эффектом психологического заражения и иллюзией личного (персональная кнопка!) участия в политике (состоянии).

Зрителям кажется, что они выступают в роли судей, являются коллективным арбитром на олимпийских играх или гладиаторских боях. На самом деле, голосование за «победителя» – всегда имитация голосования на грядущих выборах, игра, имеющая свои давние сценарии развития. Так, анализируя агональные игры, Й. Хейзинга расставляет акценты, важные для нас в понимании медиаигры: это описание поединков в похвальбе и хуле. Цель похвальбы – выставить честь как некий ценностный объект, собственное преимущество (богатство) напоказ. Бахвалиться – демонстрировать добродетель. Таким образом, доблести, подвиги и слава «попадают» в агональный круг.

Поношения, хула – состязания ради чести. Поносить противника, дразнить его – возвышать свои «izz», «izza» (исключительность, превосходство над прочими и поэтому – власть и престиж), что и показывает Й.Хейзинга, обращаясь, например, к обычаям доисламской арабской культуры: «Эти состязания ради чести, носившие название *mofakhara*, – продолжает исследователь, – устраивались в строго определенное время, приуроченное к ярмаркам, и после паломничества. В состязаниях могли принимать участие племена, кланы или отдельные соперники. Как только две группы сходились друг с другом, они начинали свое состязание ради чести. Поэт или оратор играл там большую роль: он мог лучше всех говорить от имени группы. Этот обычай явно имел сакральный характер. Он периодически сообщал новый жизненный импульс тому сильному социальному напряжению, которое было так характерно для доисламской арабской культуры» [19, с. 77]. Й. Хейзинга упоминает также, что в греческой традиции сохранились следы церемониальных и праздничных состязаний в хуле, а в древнескандинавской литературе – обычай оскорбительного словесного поединка, имеющего игровой характер, получил название «тяжба мужей». «Наравне с состязанием в даче обетов он относится к празднику зимнего солнцестояния», – уточняет автор [19, с. 77]. Параллели между агональными вербальными состязаниями и поведением политиков в проекте «Свобода слова» просматриваются вполне отчетливо: соревнования в обещаниях, словесная перебранка ради того, чтобы показать себя в лучшем свете, взаимные оскорбления, аффективное поведение, разряжающее напряженную атмосферу в студии, припоминание своих добродетелей и чужих грехов, сенсационные поводы для обсуждения политики и т. д.

Но все же наиболее примечательным в приведенных сопоставлениях является тот факт, что состязания в похвале и хуле глубоко связаны с обрядом потлатча – состязанием в богатстве, расточительстве, раздаривании. Богатство (материальные ресурсы, добродетели, честь и слава) ценны не только сами по себе, но и как показатели наличия богатства, а значит, власти. Предвыборные обещания «справедливого распределения благ», увеличения пенсий, роста зарплат, резкое увеличение пособия по уходу за новорожденным есть не что иное, как признаки древнего состязания в богатстве и расточительности. «Первичным во всем этом комплексе, называемом потлатч, кажется мне агональный инстинкт, первична здесь игра всего общества ради возвышения коллективной или индивидуальной личности. Это серьезная игра, пагубная игра, порою кровавая игра, священная игра, и все же это игра. Мы достаточно убедились, что игра – это и то, и другое, и третье», – говорит Й. Хейзинга [19, с. 72].

По наблюдениям исследователя, исход игры или состязания важен лишь для тех, кто в роли игроков или зрителей вступает в сферу игры и принимает все ее правила. Обсуждение скандала вокруг проекта «Свобода слова», критика позиции ведущих и развлекательного содержания программ не что иное, как продолжение агональных игр. Это не хорошо и не плохо, однако дает повод задуматься о будущем телевизионной журналистики и истинной роли медиакритики... Еще несколько лет назад Леонид Парфенов во время беседы за «круглым столом» на тему «XXI век: новый информационный порядок» бросил весьма примечательную фразу: «”Сегодня Президент Российской Федерации встретился с министром здравоохранения Михаилом Зурабовым. Речь шла о реформировании”, – когда это выдается за журналистику, мне смешно» [7]. Когда это озвучивается на ток-шоу в ожидании комментариев, возникает вопрос: почему мы не можем узнать подробностей из новостей? Для чего это выносить на ток-шоу? Знаки информации, знаки аналитичности расставляются в тексте, но в итоге мы получаем имитацию позиции, имитацию журналистики.

Выводы. Дискуссии вокруг «Свободы слова» во многом обусловлены еще сохраняющейся монополией на форму подачи материала. Политическое ток-шоу может стать интеллектуальным состязанием, если это будет выгодно большинству его участников. А пока – в отсутствии конкуренции со стороны других аналитических и развлекательных телепередач – популярность проекта обусловлена тем, что его создатели, не желая проекту стать героем нашего времени, подобно Грушницкому, оставляют его в шинели, дабы являться героем княжны Мэри.

Список литературы

1. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. Учебно-методическое пособие. М., 1997. – Интернет-публикация Библиотеки Центра экстремальной журналистики. – http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=377
2. Варганов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. Учебное пособие. – М., 2003. – 320 с.
3. Гнатенко К. Суцільний цирк. – <http://www.telekritika.ua/media-continent/authorcolumn/hnatenko/2008-05-08/38262>
4. Денисенко О. Запитання ТК: – Які політичні ток-шоу ви дивитеся? Чим вони відрізняються на фоні інших, чим саме вони вам цікаві? Які, на вашу думку, недоліки

- українських ток-шоу?
– <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/expert/2005-10-21/1718>.
5. Зверева В. “Infotainment” на російському телебаченні. – Інтернет-публікація: <http://culturca.narod.ru/INFO.htm>
 6. Зверева В. Дискурси «знання» на російському телебаченні. – Інтернет-публікація: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/zver.html>
 7. Інформація к развлечению // Искусство кино. – Вып. 11. – 2003. – Інтернет-публікація: <http://www.kinoart.ru/magazine/11-2003/now/infoamusement/>
 8. Косюк О.М. Розважальна функція електронних засобів масової комунікації: світовий контекст та національні особливості: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. філ. наук. – Львів, 2006.
 9. Кричевская В. Свобода слова – это я!
– <http://www.telekritika.ua/listi-tk/2007-08-31/33762>.
 10. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты. Учебное пособие. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 396 с.
 11. Лигачева Н. Поставьте их на место!
– http://www.telekritika.kiev.ua/articles/184/0/9675/nl_kulykov/
 12. Манекина О.А. Аудит административных коммуникаций в сфере регионального управления //Тезисы докладов Международной научно-практической конференции «Коммуникативные технологии в образовании, бизнесе, политике и праве». – Волгоград, 19-21 мая, 2005 г. – С. 153.
 13. Мнение: искренне наши. – http://svobodaslova.ictv.ua/rus/news/2007/09/24/mnenie_iskrenne_nash_680.html
 14. Нагалецкий Т. Дебаты: смотрим и разочаровываемся.
–<http://gazeta.24.ua/news/show/id/23085.html>
 15. Савенко О. Господа, вы звери!
– <http://www.telekritika.ua/media-continent/kritika/column/2007-08-15/9365>).
 16. «Свобода слова»: О программе. – <http://svobodaslova.ictv.ua/rus/about/>
 17. С 18 февраля программа «Свобода слова» на ICTV будет выходить по понедельникам!
– http://svobodaslova.ictv.ua/rus/news/2008/02/12/s_18_fevralja_progra_724.html.
 18. Штекель Л. Формат передачи – цинизм. – http://www.politikhall.com/?page=filing&a_id=475
 19. Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 1997. – 416 с.

Голоднікова Ю.О. Політичне ток-шоу як всеукраїнська медіагра
Стаття присвячена аналізу політичного ток-шоу у контексті
медіагри.

Ключові слова: медіагра, жанр, ток-шоу

Golodnikova Ju.A. Political talk show as Ukrainian media game
The article is deales with researching of talk-show in the mediaplay
context.

Key words: mediaplay genre, talk-show

Пост упила в редакцію 14.08.2008 г.