

Ми виділили такі елементи системи візуальної інформації:

- інформаційний – передача інформації;
- експресивний – оцінка інформації;
- прагматичний – передача психологічної установки, яка обумовлює вплив на користувача [2].

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що візуалізація ідей, подій, соціальних відношень мають соціальну природу. Продукування образів під час цього є соціально значущим явищем, а дизайнери, які узагальнюють та професійно візуалізують інформацію, є специфічною соціальною групою, що бере участь у соціальному проектуванні суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко С. Д. Цифровий фотодизайн в контексті мистецтва постмодерної культури: *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Х.: ХДАДМ, 2009. №7. С. 7–12.

2. Навіщо візуалізація даних в сучасному інтернет-просторі?: *YellowArrow.Design* : веб-сайт. URL: <http://yellowarrow.design/index.php/ua/blog-article/98-data-visualisation-web> (дата звернення: 27.02.2020).

Вікторія ГРИЦАЙ,

студентка 4 курсу

факультету філології та соціальних комунікацій

Науковий керівник: **Людмила КОНДАКОВА,**

к.філол.н., доцент (БДПУ)

СВОЄРІДНІСТЬ ТОК-ШОУ СОЦІАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Важливість дослідження соціальної журналістики полягає у тому, щоб показати, з якими перешкодами кожного дня стикається населення і проаналізувати відповідність соціальних проєктів загальноприйнятими міжнародними стандартами. Головною складовою функціонування всіх соціальних інститутів, суспільства є якісна соціальна журналістика, що висвітлює проблеми соціуму, гострі явища. Ці фактори і визначили **актуальність** роботи.

Мета – дослідити соціальну тематику на українському телебаченні на прикладі аналізу програми «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер». **Об'єктом** дослідження є специфіка програми соціального спрямування в телевізійному просторі України, **предметом** – особливості соціального ток-шоу «Стосується кожного» на телеканалі «Інтер».

К. Шендеровський зазначає, що соціальна журналістика повинна модерувати соціальний діалог, «вона може і зобов'язана об'єднувати на комунікаційному полі протилежні думки та орієнтири, які стають частиною суспільного, допомагають носіям цих думок знайти шляхи або аргументи для зближення, порозуміння тощо» [4, с. 47].

Соціальний журналіст повинен допомагати суспільству у вирішенні проблеми, завдяки практичним навичкам, досвіду, та певними діями.

Соціальна журналістика забезпечує суспільство громадською інформацією, аналізуючи і роз'яснюючи різні точки зору. Це може стосуватися як соціальних груп, так і всієї системи соціальних цінностей, що є в суспільстві. Завдання соціального журналіста – з'ясувати, чому саме виникла проблема та як її можна вирішити, не нашкодивши певним групам.

На думку І. Пуцяти, «жанр ток-шоу розкриває такі зрозумілі будь-якому глядачеві теми любові і ненависті, влади і грошей, перемоги і поразки і, зрештою, життя і смерті. Переконливість і неоднозначність характерів, реалістичність сюжету – саме це забезпечило шоу неймовірну популярність. Телешоу – це свого роду шаблон ситуацій і їхніх рішень, які виникають з нами. Глядачеві, який зустрічається з різними труднощами, дається зрозуміти, що його ситуація не унікальна, що він не самотній: є ще люди, яких хвилюють тотожні питання, і є ті, хто готовий поділитися з ними своїм життєвим досвідом. Саме такі програми дозволяють моделювати ситуації, спільно переживати їх, маючи підтримку віртуального колективу, і проговорювати можливі лінії поведінки. Соціальні телепроекти завжди орієнтовані не тільки на комунікацію, але й на терапію» [3, с. 137]. Отже, ток-шоу розкривають теми, які важливі соціуму, саме через реалістичність і неоднозначність. Вони допомагають змоделювати певну життєву ситуацію, через яку глядач може зрозуміти, що він не самотній, і є шляхи вирішення певної проблеми. Соціальні ток-шоу орієнтовані на терапію, не тільки на комунікацію, що важливо для формування свідомості і думки.

На прикладі нашого дослідження, можна сказати, що ток-шоу «Стосується кожного» порушує «соціально-важливі теми, ситуації, в яких виявляється ставлення людини до людини. У передачі ведеться дискусія ведучого з безпосередніми учасниками подій та експертами, що змушує звернути увагу на ситуації, які стали наслідком людської байдужості або небайдужості [2]. У кожній програмі, де існує загроза психологічного навантаження, стресу, працює штат психологів і юристів. Ток-шоу, яке ми обрали для дослідження, веде Андрій Данилевич. Він здійснює взаємозв'язок між героями і глядачами. Основна його роль у проекті – бути модератором, контролювати ситуацію у студії та водночас намагатися допомогти учасникам. Андрій Данилевич активно працює над розробкою соціального ток-шоу та екранного іміджу. Він стриманий, емпатичний ведучим, адже кожну ситуацію він пропускає крізь себе, і намагається відчувати все те, що пережив герой. Він готує текст до програми, перевіряє її на достовірність. У ток-шоу ведучий за визначений час розповідає максимум інформації сюжету передачі. Має чітку і зрозумілу артикуляцію, правильно інтонує, що допомагає аудиторії сприймати інформацію на слух.

Окрім ведучого, розбиратися в непростих життєвих ситуаціях допомагають експерти програми: лікарі, адміністратори проекту, юристи, психологи, народні артисти України і фахівці в сімейних відносинах. Вони зможуть дати конкретні поради з вирішення складних конфліктів. Зоряні гості ток-шоу діляться з героями програми своїм досвідом, почуттями і висловлюють авторитетну думку в ході дискусії. Експерти у ток-шоу кожну програму змінюються, тому постійних немає. Зазвичай це адвокати, фахівці зі соціальної служби. Хто буде експертом залежить від тематики програми. Вони намагаються дати об'єктивну оцінку кожній конкретній ситуації, свій

коментар. Також у студії присутні глядачі, які створюють атмосферу публічності, допомагають емоційно орієнтуватись в дискусії. Точніше, коли слова героїв програми їх до цього спонукають. Існування соціального ток-шоу дуже важливе та корисне для суспільства, адже вчить соціум бути соціально відповідальним.

У ток-шоу «Стосується кожного» є і негативні моменти, які варто було б змінити. Запрошені герої передачі можуть кричати, скандалити, навіть вибігати з неї і це толерується ведучим, адже мета програми показати життєву історію якомога емоційніше. Вважаємо, що в таких випадках порушуються положення Європейської конвенції про транскордонне телебачення, у якій чітко зазначено, що подібні ток-шоу не повинні виходити в ефір у той час, коли діти/підлітки можуть їх побачити, адже це впливає на психіку [1]. Але в гонитві за рейтингами, редактори інколи забувають про професійну етику і стандарти, яким необхідно було б слідувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Європейська конвенція про транскордонне телебачення від 09.09.1998. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_444 (дата звернення: 15.10.2019).

2. Про проєкт : інформація з веб-сайту телепрограми «Стосується кожного» телеканалу «Інтер» : веб-сайт. URL : https://inter.ua/uk/programs/social/kasaetsya_kazhdogo (дата звернення: 08.10.2019)

3. Пуцята І. С. Естетика слова і зображення у соціальних ток-шоу: український досвід. *Наукові журнали та конференції*. Вип. 896. №2. С. 137–142.

4. Шендеровский К. С. Передумови інституціалізації медіакомунікацій у сфері вирішення соціальних проблем // *Українське журналістикознавство*, 2013. Вип. 14. С. 47.