

УДК 075.2:[808.53:324](477.83)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2022.4(309).27-35

Галина Щерба,
магістрантка спеціальності "Журналістика"
Чорноморського національного університету імені Петра Могили,
медіапрацівник ТРК "Суспільне Миколаїв",
e-mail: galina.sh206@gmail.com

Юлія Сазонова,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики
Чорноморського національного університету імені Петра Могили,
e-mail: saz.iuliya@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0928-847X>

Токшоу "Виборчий округ. Дебати" Суспільного мовника Львівщини як посередник комунікації між владою та суспільством: структурно-типологічний і контент-аналіз

У статті розглянуто роль масмедіа як посередника й каталізатора комунікації між владою та суспільством на прикладі досвіду Львівської філії Суспільного мовника, описано механізм та інваріанти комунікації (зокрема пряму й опосередковану) між кандидатами на посади голів ОТГ, масмедіа та аудиторією під час підготовки й проведення токшоу, окреслено його вплив на процес формування громадської думки в регіоні; визначено перспективи розвитку жанру політичних дебатів у регіональному медіапросторі; реалізовано структурно-типологічний аналіз та якісний контент-аналіз проєктів "Виборчий округ. Дебати" Суспільного мовника Львівщини; здійснено аналіз запитань до представників влади від журналістів і громадськості за різними класифікаціями, розглянуто та описано композиційні блоки аналізованих програм, простежено реалізацію зворотної комунікації телепроєктів на офіційних сайтах і в соціальних мережах; описано висвітлення токшоу "Виборчий округ. Дебати" в інших видах ЗМІ та блогосфері; розглянуто вплив дебатів на політичний дискурс у регіоні та формування політичної свідомості й політичної культури громадськості через трансляцію передобговорення та постобговорення аналізованих проєктів; простежено результат дієвості й ефективності аналізованих проєктів на результати місцевих виборів на Львівщині, розроблено рекомендації для регіональних журналістів щодо проведення політичного токшоу у форматі дебатів. Зокрема, в контексті демонстрації ролі Суспільного мовника у формуванні громадської думки запропоновано низку вимог і рекомендацій до особи ведучого (модератора) конструктивної теледискусії, серед яких довіра й повага широкої аудиторії; орієнтування в політичних програмах кожного з кандидатів, уміння передбачити реакцію на запитання та доречно відреагувати на неї, об'єктивність і незаангажованість.

Ключові слова: дебати; Суспільне; токшоу; комунікації; політика; вибори; міська влада; телебачення

Постановка проблеми. Актуальність теми дослідження зумовлено процесами державотворення в Україні, суспільно-політичними та соціально-економічними змінами, функціональними аспектами й правовими основами діяльності Суспільного телебачення і радіомовлення України, яке було створене "з метою задоволення інформаційних потреб суспільства, залучення громадян до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, забезпечення національного діалогу, сприяння формуванню громадянського суспільства" [5]. Виборча кампанія 2020 р. не тільки оновила місцеву владу в регіонах, а й стала прикладом взаємодії з громадськістю у тріаді "ЗМІ — влада — суспільство", крім того, сформувала низку викликів як перед виборцями, так і перед медіа, зокрема Суспільним мовником, перед яким постало завдання повно й неупереджено висвітлити хід перегонів, а його регіональним філіям після реформування довести, що вони готові до організації збалансо-

ваної конструктивної дискусії між політиками та громадськістю. Токшоу "Виборчий округ: Дебати" дало можливість реалізувати це завдання, сприяло поінформованості аудиторії щодо повноважень представників влади, прав та обов'язків голів ОТГ. Львівщина стала показовою в цьому плані.

Наведені чинники актуалізують важливість опису та комплексного аналізу механізму комунікацій із представниками місцевої влади під час підготовки й проведення токшоу в жанрі політичних дебатів, а також аналіз його впливу на процес формування громадської думки в регіоні на прикладі досвіду Львівської філії АТ "НСТУ"; визначення перспективи розвитку жанру політичних дебатів на регіональному телебаченні; розроблення рекомендацій для модераторів щодо проведення політичного токшоу у форматі дебатів.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Є. Стаднік визначає політичні дебати як дискусію, що вирішує долю держави [11]. Праці науковців, зокрема П. Бурдье [1], О. Гуз [3], зде-

більшого присвячено президентським виступам, проте в регіональних медіа такий формат і пов'язані з ним комунікативні стратегії дотепер не підлягали ґрунтовному вивченню. Теоретико-методологічною базою дослідження слугували розвідки науковців, які розробляють поняття "дебати" (П. Бурдьє [1], А. Тимошенко [12]), "політичний дискурс" (С. Виноградова [2], К. Нікітіна [7]), "масова комунікація" (Д. Дуцик [4], Г. Почепцов [8], В. Різун [9]), "політична комунікація" (О. Гуз [3]) та їхні визначальні домінанти.

Оскільки в сучасному світі в політиків мінімалізовано можливості безпосереднього контакту з населенням, то цей зв'язок здійснюється через посередника, роль якого виконує масмедіа. Як зазначає К. Нікітіна, політичний дискурс ЗМІ — "складне комунікативне явище, що має на меті боротьбу за владу через формування суспільної думки, яке включає текст як вербалізований результат мовлення, контекст — ситуативний, соціокультурний і прагматичний, а також спеціальні мовні засоби, котрі відповідають цілям та завданням дискурсу" [7, с. 2]. Окрім основної мети, якою є боротьба за владу, політичному дискурсові притаманні й додаткові цілі, серед яких стимулювання, спонукання та інформування. На цьому наголошує О. Михальова, зазначаючи: "Інформування сприяє формуванню в аудиторії розуміння дійсності, подібного до того, яке має адресант, оскільки основна функція політичного тексту (як фіксації політичного дискурсу) — переконати свою аудиторію у правильності намальованої автором картини світу" [6, с. 34].

Специфічним видом політичного дискурсу є політична комунікація — один із різновидів масмедійної комунікації. Як зауважує В. Різун, "масове спілкування, у середовищі якого функціонує масовоінформаційна індустрія, що пов'язана з використанням засобів комунікації і передбачає виконання суспільно важливих завдань, спрямованих на забезпечення суспільства інформацією, — модифікується у масмедійні комунікації. Використовуючи масову комунікацію як середовище і підкорюючись його вимогам, у той же час працівники масмедіа охоплюють тільки певні форми спілкування, шукають оптимальні для виконання своїх завдань засоби й способи" [9, с. 35—36]. Одним із форматів масової комунікації є токшоу. На думку В. Різун, це означає, що процес масової комунікації має бути організовано з використанням форм спілкування, властивих цьому формату.

Різновидом токшоу та невіддільною частиною політичного дискурсу нині є теледебати.

Є. Стаднік визначає їх як "дискусію лідерів політичних сил або ж кандидатів на виборні посади, що відповідають на запитання, які ставлять усі учасники дискусії, тим самим надаючи глядачам та слухачам можливість безпосередньо порівнювати позиції кандидатів з важливих питань" [11]. На думку дослідниці, під час дебатів найважливішим чинником є те, що кандидати мають переконувати не один одного, а виборців. Окрім того, політичні дебати як елемент демократичного суспільства дають можливість електорату зробити усвідомлений та об'єктивний вибір, а кандидатам змістовно розкрити свої програми тощо. Авторка стверджує, що дебати мають цінність як для політиків, так і для тих, хто їх обирає. Цей формат передвиборчої взаємодії кандидатів використовують у багатьох країнах і вважають престижним, оскільки політики мають можливість заробити в електорату додаткові "бали". Водночас публіка не повинна формувати враження про кандидата лише на основі відповідних виборчих технологій. Є. Стаднік доходить висновку, що "запит суспільства на теледебати має бути настільки великим, що відмова дебатувати сприйматиметься як слабкість та неспроможність проявити себе сильним та професійним політиком, гідним президентського крісла. Це вплине на якість передвиборчих програм, на розуміння кандидатами та їх штабами, що гра вийшла на новий, вищий рівень, а тому потребує відповідних навичок, знань та глибшого усвідомлення відповідальності, яку кандидати на себе беруть" [11]. Отже, дебати є одним з ефективних засобів впливу на суспільну думку, а комунікативна й мовленнєва поведінка їхніх учасників обумовлена не так маніпулюванням і впливом на суперника, як прагненням здобути якнайбільше голосів і свого, і чужого електорату.

Мета статті — аналіз стратегій комунікації у тріаді "ЗМІ (на прикладі Суспільного Львівщини) — влада — суспільство" крізь призму підготовки та проведення токшоу "Виборчий округ. Дебати"; визначення місця телепроєкту в регіональному політичному дискурсі та ролі Суспільного мовника у формуванні громадської думки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналітичне токшоу "Виборчий округ. Дебати" — власний формат Суспільного, створений 2020 р. Основна цільова аудиторія — учасники виборчого процесу, активна верства населення, яка не ігнорує вибори. Проєкт став логічним продовженням аналітичного телециклу "Виборчий округ. Місцеві", до студії якого запрошували кандидатів у депутати обласної та міської рад, а також на

посаду міського голови. Програма не була політичною агітацією та політичною рекламою й не фінансувалася з виборчих фондів кандидатів. Структура та формат кожного випуску залежали від того, чи придуть обидва опоненти на ефір. 22 листопада 2020 р. відбувся II тур виборів у Львові й Дрогобичі. Команда Львівської філії Суспільного запланувала два випуски проєкту "Виборчий округ. Дебати" та запросила на один з ефірів Т. Кучму й А. Веселого, які у II турі місцевих виборчих перегонів змагалися за посаду голови Дрогобицької об'єднаної територіальної громади, а на інший — А. Садового та О. Синютку — обох кандидатів на посаду голови Львівської ОТГ, які пройшли до II туру виборів. Підготовка до цих програм велася паралельно. Випуск "Виборчого округу. Дебати" з Т. Кучмою та А. Веселим було заплановано на 11 листопада.

За творчим задумом, структура кожної програми була побудована за єдиним шаблоном і передбачала п'ять тематичних блоків, а також вступні й фінальні промови кожного кандидата. Перед ефіром було заплановано жеребкування зі стримом у соцмережі. Опоненти мали змогу відповісти на запитання ведучого та журналістів, а також поставити запитання на будь-яку тему один одному. Усім учасникам завчасно надіслали листи-запрошення на ефір із роз'ясненнями щодо дати й часу виходу програми, її хронометражу та формату. Від Т. Кучми надійшло письмове підтвердження участі в програмі. Представниця виборчого штабу А. Веселого повідомила телефоном, що він не приїде до студії Суспільного. Пресреліз "UA: ЛЬВІВ запросив на "Виборчий округ. Дебати" 11 листопада кандидатів на голову Дрогобицької ОТГ" був опублікований на офіційному сайті мовника 10 листопада. Команда Суспільного надала інформацію про учасників ефіру, дату, час виходу й регламент програми, а також про те, що телеканал "UA: ЛЬВІВ" не отримуватиме офіційного листа-відмови від другого кандидата. Крім того, повідомлялося, що відсутність письмової відповіді від кандидата є відмовою від участі у програмі. Увагу звертали й на те, що в разі, якщо один із кандидатів відмовляється від участі у проєкті, тривалість прямого ефіру буде пропорційно скорочено на 50%, тобто замість запланованих 70 хвилин він триватиме 35. Крім того, у матеріалі містилося нагадування про те, що 18 листопада заплановано провести "Виборчий округ. Дебати" з кандидатами на посаду голови Львівської ОТГ і звернення до обох політиків надати телеканалу письмову відповідь щодо участі у прямому ефірі дебатів до 11 листопада включно. Повідомлялося й про те,

що Суспільний мовник "UA: ЛЬВІВ" готовий надати сигнал трансляції іншим медіа.

А. Веселий на своєму YouTube-каналі оприлюднив відеозвернення до опонента, у якому зазначив, що не відмовляється від дебатів, і запропонував чинному голові Т. Кучмі дебати не в студії Суспільного, а в Дрогобичі. 11 листопада А. Веселий до студії каналу "UA: ЛЬВІВ" не приїхав. Через те, що без присутності двох опонентів провести дебати неможливо, команда проєкту ухвалила рішення змінити формат випуску. О 19:25 на телеканалі "UA: ЛЬВІВ" вийшла програма "Виборчий округ. Місцеві" за одноособною участю чинного на той час голови Дрогобицької ОТГ Т. Кучми, який виклав власне бачення перспектив розвитку громади. Модератор програми В. Перерва пояснив глядачам зміни у форматі програми на її початку, а також повторював пояснення впродовж ефіру. У "Виборчому окрузі" також показали відеозвернення А. Веселого. Ефір тривав 35 хв 06 с і, крім телеканалу "UA: ЛЬВІВ", транслювався на його сторінці у Facebook, на YouTube-каналі, на офіційних сайтах ТРК "Суспільне Львів" і Дрогобицької міської ради. Програма зібрала 3803 перегляди в YouTube. У коментарях глядачі ставили запитання учаснику, висловлювали заваження до його роботи, а також до модератора й змісту його запитань. За результатами виборів мера Дрогобича за Т. Кучму проголосували 13,1 тис. осіб (50,6%), за А. Веселого — 12,59 тис. (49,02%). Явка виборців у Дрогобичі станом на 20:00 22 листопада 2020 р. сягала 30,21%.

Випуск "Виборчого округу. Дебати" за участю А. Садового та О. Синютки — претендентів на посаду голови Львівської об'єднаної територіальної громади, було заплановано на 18 листопада 2020 р. Перед цим опоненти неодноразово публічно висловлювали готовність до такої зустрічі. Команда "UA: ЛЬВІВ" надіслала їм офіційні листи-запрошення до участі в телевізійних дебатах 2 листопада 2020 р. Того дня на сайті мовника вийшов реліз "UA: ЛЬВІВ готовий роздавати трансляцію дебатів кандидатів у мери місцевим медіа". У ньому було зазначено, що Суспільний мовник "UA: ЛЬВІВ" готовий не лише стати незалежним майданчиком для проведення дебатів кандидатів другого туру виборів голови Львівської ОТГ, а й надати сигнал трансляції зацікавленим медіа. Крім того, у матеріалі було наголошено, що телеканал, радіо й диджитал-платформи Львівської філії Суспільного не належать жодній політичній чи бізнес-групі, працюють винятково в інтересах українських громадян на кошти платників податків, тож

можуть слугувати майданчиком для незалежної дискусії кандидатів на рівних умовах.

До цього впродовж 7—23 жовтня 2020 р. на телеканалі "UA: ЛЬВІВ" вийшло 12 випусків проекту "Виборчий округ. Місцеві" — прямо-ефірного аналітичного токшоу команди Суспільного, де кандидати на посади голів найбільших в області ОТГ, депутатів обласної та міських рад репрезентували передвиборчі програми та відповідали на гострі запитання виборців, журналістів і незалежних експертів. Журналісти каналу "UA: ЛЬВІВ" допомагали виборцям розібратися з програмами кандидатів і перевіряли учасників перегонів на знання місцевих проблем та розуміння повноважень місцевого самоврядування. Логічним продовженням проекту стало токшоу "Виборчий округ. Дебати". Проте А. Садовий та О. Синютка не брали участь у випуску "Виборчий округ. Місцеві" від 22 жовтня, присвяченому кандидатам на посаду голови Львівської ОТГ.

3 листопада 2020 р. на сайті Суспільного Львів було оприлюднено реліз "Дебати на Суспільному Львів: коли будуть і в якому форматі" з інформацією про заплановані дату та час виходу у прямий ефір проекту "Виборчий округ. Дебати" на телеканалі "UA: ЛЬВІВ" — 18 листопада о 19:25, а також роз'яснення формату токшоу, послідовність виступів кандидатів, нагадування про те, що команда Суспільного Львів запросила на ефір обох кандидатів на посаду Львівської ОТГ — А. Садового та О. Синютку. У релізі зазначалося, що Суспільний мовник "UA: ЛЬВІВ" був готовий стати незалежним майданчиком для проведення дебатів між учасниками другого туру виборів голови Львівської ОТГ і надати іншим зацікавленим медіа сигнал цієї трансляції. Крім того, важливим було уточнення, що телеканал "UA: ЛЬВІВ" є складником Суспільного мовника — єдиного медіа в Україні, власником якого є народ, і що команда Суспільного виготовляє за журналістськими стандартами проекти для всіх платформ (телебачення, радіо та диджитал). Оприлюднений у релізі формат токшоу передбачав вступні виступи кандидатів на посаду голови Львівської ОТГ, запитання та дискусію безпосередньо між цими двома учасниками, відповіді на запитання авторитетних у Львові осіб, а також підсумкові виступи кандидатів. Окремо наголошувалося, що журналісти телеканалу виконуватимуть винятково роль модераторів і стежитимуть за дотриманням учасниками часових проміжків і регламенту дебатів.

4 листопада 2020 р. у відповідь на запрошення взяти участь у проекті "Виборчий округ.

Дебати" Суспільний мовник "UA: ЛЬВІВ" отримав листа від О. Синютки, одного із запрошених кандидатів на посаду голови Львівської ОТГ, у якому він висловив зацікавлення в тому, щоб взяти участь у проекті та чесно й відкрито обговорити майбутнє Львова, його перспективи й інші питання, що хвилюють львів'ян. Кандидат звернувся з проханням до Суспільного Львів привести формат дебатів і пропозиції у відповідність до Виборчого кодексу, а також організувати дебати у співпраці з іншими телеканалами. Того дня в інтернет-виданні "Детектор медіа" вийшов матеріал "Синютка вважає, що формат дебатів на "UA: Львів" не відповідає Виборчому кодексу України", в якому було подано аналіз ситуації навколо "Дебатів", наведено коментарі кандидата, генеральної продюсерки регіонального мовлення Суспільного М. Фрей і медіаюриста Інституту масової інформації Р. Головенка, який пояснив, що саме дало підстави О. Синютці зауважити про суперечливість закону щодо дебатів на "UA: Львів". За свідченням Р. Головенка, "філія Суспільного в листі дійсно не повідомила низку важливих деталей: наприклад, тривалість дебатів (чого вимагає абзац 3 ч. 3 ст. 49 ВК), зазначивши лише час їх початку; формулювання про участь у дебатах "авторитетних у Львові осіб", які ставитимуть питання також дуже неконкретне; не вказано, чи дебати організуються як платний контент (оплатність дебатів згадується в ч. 4 ст. 49 ВК, хоча сама ця стаття Кодексу, як не парадоксально, в розділі про інформзабезпечення виборів, а не агітацію)" [10]. Ці неточності дали підстави одному з кандидатів говорити про невідповідність Виборчому кодексові пропозиції філії щодо дебатів.

У пресслужбі партії оприлюднили заяву, що О. Синютка 5 листопада мав провести брифінг, під час якого особисто прокоментує ситуацію щодо участі в теледебатах, захід транслюватимуть у Facebook на сторінці "Європейської солідарності" та О. Синютки і на YouTube Львівського пресклубу. 5 листопада 2020 р. цьому кандидатові на посаду голови Львівської ОТГ було відправлено лист від Суспільного мовника Львівщини, а на офіційному сайті опубліковано реліз "Щодо заяви Олега Синютки про участь у проекті "Виборчий округ. Дебати", у якому команда мовника публічно озвучила відповідь кандидату про те, що не вбачає порушення законодавства у форматі проекту "Виборчий округ. Дебати" й пропозиції взяти в ньому участь. Для кандидата було підготовлено лист-відповідь із подробицями про прямий ефір, у якому зазначалося: "Виборчий округ. Дебати" — це не майдан-

чик для політичної агітації кандидатів. Це дискусійна суспільно-політична програма команди Суспільного, що має на меті надати рівні можливості для учасників перегонів. Телепроект не суперечить Виборчому кодексу України, відповідає Закону України "Про Суспільне телебачення і радіомовлення України". Значимо, "Виборчий округ. Дебати" — це власний формат Суспільного, участь у проєкті не оплачується за рахунок виборчих фондів кандидатів". У релізі також було наведено дані про запланований хронометраж, дату та формат токшоу: прямий ефір програми "Виборчий округ. Дебати" був запланований на 18 листопада, розрахований на 90 хвилин і за сценарієм складався з таких блоків: вступне слово учасників; блок тематичних запитань учасників один одному; блок запитань від журналістів, рівновіддалених від обох учасників ЗМІ (один журналіст — одне запитання, спільне для учасників); фінальні промови учасників. Жеребкування на початку прямого ефіру мало визначити черговість виступів кандидатів у кожному блоці. Окремо йшлося про гарантування однакового обсягу ефірного часу для кожного з учасників і дотримання регламенту програми та законів України. Крім цього, команда Суспільного мовника Львівщини наголосила на готовності до співпраці з іншими регіональними телеканалами, що полягає в можливості безоплатної ретрансляції прямого ефіру "Дебатів" усім зацікавленим медіа.

6 листопада 2020 р. до філії надійшов лист від кандидата на посаду голови Львівської ОТГ А. Садового, у якому він підтвердив намір взяти участь у проєкті "Виборчий округ. Дебати". Однак телерадіокомпанія не отримала відповіді від другого кандидата на цю посаду — О. Синютки — станом на 15:00 10 листопада. Саме тоді був опублікований на сайті реліз "UA: ЛЬВІВ очікує на відповідь щодо участі у проєкті "Виборчий округ. Дебати". Він стосувався прохання Суспільного мовника "UA: ЛЬВІВ" до обох кандидатів надати відповідь щодо участі у проєкті та відсутності відповіді від одного з потенційних учасників. Генеральна продюсерка регіонального мовлення Суспільного М. Фрей прокоментувала ситуацію: "Регіональне суспільне мовлення вважає своїм обов'язком якісне висвітлення всіх виборчих процесів в країні, зокрема і місцевих виборів. Свою незаангажованість ми довели численними внутрішніми та міжнародними моніторингами — нам немає чого приховувати. Вже третій рік наші журналісти розповідають про кандидатів у проєкті "Виборчий округ" і ми продовжимо цю традицію. До 11 листопада включно ми очікуємо

на остаточну відповідь від другого кандидата і готуємось до двох варіантів проведення ефіру" [13].

11 листопада до редакції каналу "UA: ЛЬВІВ" надійшов лист від пресслужби О. Синютки, в якому зазначалося, що кандидат зацікавлений взяти участь у такому проєкті із посиланням на попередній лист до редакції "UA: ЛЬВІВ". Широку громадськість про це поінформували наступного дня, коли на сайті Суспільного Львівщини було оприлюднено матеріал "UA: ЛЬВІВ отримала відповіді щодо дебатів від обох кандидатів". Крім того, у релізі нагадали дату, час, запланований хронометраж і регламент програми та повідомили про готовність до співпраці з усіма зацікавленими медіа.

У день ефіру, 18 листопада 2020 р., на офіційному сайті телеканалу вийшов матеріал "Виборчий округ. Дебати": правила та таймінг проєкту", в якому було акумульовано всю необхідну роз'яснювальну інформацію щодо "Дебатів": дата, час виходу, ім'я ведучого, регламент програми, уточнення щодо структури, умови жеребкування, а також посилання на сторінки в соціальних мережах, радіочастота, на якій можна слухати пряму трансляцію тощо. Також було оприлюднено уточнений план ефіру, зокрема тему та опис кожного блоку. Структуру передачі склали п'ять тематичних блоків, додатково було заплановано вступні та фінальні промови кандидатів:

1. Вступна промова кожного з кандидатів.
2. Блок I. "Львів-2020: Як воно є?".
3. Блок II. "COVID-19: виклики для місцевої влади".
4. Блок III. Запитання від журналістів.
5. Блок IV. "Громадський транспорт: Львівська ОТГ".
6. Блок V. Віч-на-віч.
7. Фінальна промова кожного з кандидатів.

Повідомлялося, що за перебігом дебатів у студії спостерігатимуть представники Громадянської мережі "Опора", а ефір ретранслюватимуть інші місцеві телеканали та інтернет-портали.

18 листопада 2020 р. о 19:25 у теле- й радіоефір Суспільного Львів вийшов випуск програми "Виборчий округ. Дебати", у якій брали участь обидва кандидати на посаду голови Львівської ОТГ (А. Садовий та О. Синютка) і журналісти (М. П'єцух, "Громадське"; Н. Волосацька; "1+1", В. Біщук, ТРК "Перший Західний"; О. Губицька, інтернет-видання "Наші гроші. Львів"), а також координатор Громадянської мережі "Опора" на Львівщині Т. Радь. У суворо регламентований час кожен із кандидатів мав розповісти, що позитивного й негативного він

бачить у ситуації станом на день виборів, і відповіді на запитання ведучого (модератора) та гостей студії, що стосувалися актуальних проблем і різних сфер життя Львівської ОТГ. За типами запитання можна класифікувати на формалізовані, проєктивні, сенситивні та відкриті. Під час дебатів і журналісти, і учасники використовували запитання-гачки та запитання-пастки. Так, наприклад, О. Синютка запитав у А. Садового: "Чому Ви побудували систему управління містом, базовану на «кумівстві»?". Принагідно звинуватив чинного міського голову в тому, що 2019 р. він і його заступники отримали майже мільйон гривень на зарплатню, наділили себе "величезними преміями", "величезними виплатами на соціальну допомогу", довіривши опоненту, що він не знає, як живуть львів'яни й за які кошти вони "змушені існувати" та просив "не займатися словоблудством" тощо. Зі свого боку, А. Садовий емоційно закликав порівняти заробітну плату чиновників, що дорівнює 50—60 тис. грн, і депутатів — у тому числі й О. Синютки — 100 тис. грн. А в запитанні до опонента звернув увагу на невідповідність слів і дій політика: "Якщо подивитися список новообраних депутатів міської ради, там фактично половина — забудовники або люди, які лобіюють будівельний бізнес. Ви виступаєте і говорите: «Нам не потрібні забудови». Як Ви це все поєднуєте?".

Досвідчені політики впродовж ефіру вправно оперували фактами, наголошуючи на своїх здобутках і применшуючи досягнення опонента, впевнено маніпулювали й тиснули на емоції глядачів. Програму також транслювали в соціальних мережах — на офіційних сторінках каналу у Facebook та YouTube, а також в ефірі й на сторінках соцмереж інших медіа, зокрема телеканалів "ПравдаТУТ", "Перший Західний", "НТА", "24 канал. Львів", на сайті "Твоє місто". На офіційному YouTube-каналі Суспільного Львівщини дебати переглянули 4936 осіб.

Огляди про "Дебати" активно публікували й інші ЗМІ. Так, 13 листопада інтернет-видання "Радіо Свобода" випустило матеріал Г. Терещук "Будуть два монолози — експерт про дебати кандидатів у мери Львова Садового і Синютки". Ще до початку ефіру в соцмережах з'явилися дописи, автори яких обговорювали умови участі у проєкті, учасників виборчих перегонів, прогнозували результатів дебатів. Таку аналітику на своїй сторінці у Facebook подав, зокрема, політичний експерт В. Таран. Однак ще на підготовчому етапі до полеміки в мережі долучилися обидва опоненти, представники їхнього

оточення, інші політики, зокрема М. Княжицький. Під час і після ефіру в соціальних мережах точилися бурхливі обговорення, дописи на тему "Дебатів" зібрали десятки реакцій і коментарів. Наприклад, аналіз дебатів між А. Садовим та О. Синюткою подала місцева діячка культури й депутатка Ю. Хомчин тощо. Фоловери обговорювали заяви та поведінку кандидатів, команду кожного з них. Журналістка "Громадського" М. П'єцух на своїй Facebook-сторінці опублікувала відео з-за лаштунків "Дебатів". Зокрема, запитала в опонентів про емоції після ефіру. О. Синютка відповів, що, на його думку, дуже добре, що суперник прийшов на дебати та вони мали можливість публічно подискутувати. Він зауважив, що відчуває від цього задоволення, бо люди побачили хто є хто, а також хто й що робитиме у цьому місті. А. Садовий також поділився враженнями від ефіру та зазначив, що дебати пройшли спокійно й цікаво, однак очікував, що почує відповіді на поставлені запитання. Наступного дня теледебати на Суспільному з А. Садовим обговорили також в ефірі "Zaxid.Net Live". На думку очільника Львова, багато людей скоригували своє рішення саме після дебатів. Згідно з даними моніторингу згадування НСТУ в інтернет-медіа, інші ЗМІ повідомляли про дебати на Суспільному Львів та події навколо них не менше шести разів.

За підсумками голосування 22 листопада 2020 р. А. Садового було переобрано мером, він здобув 143 466 (62,25%) голосів електорату, нардеп О. Синютка програв вибори у другому турі, за нього проголосувало 84 277 (37,75%) виборців. Явка електорату у Львові на 20:00 22 листопада становила 38,94%. Отже, можна говорити про те, що токтошу "Виборчий округ. Дебати" у Львові й Дрогобичі стало важливим елементом політичної комунікації між представниками місцевої влади та їхніми виборцями і відчутно вплинуло на політичний дискурс Львівщини й формування політичної свідомості мешканців Львівської обласної громади. Для медіа, з огляду на суспільний інтерес, проведення політичних дебатів дало можливість не лише отримати трафік, а й продемонструвати власну позицію.

У контексті демонстрації ролі Суспільного мовника щодо формування громадської думки доцільно запропонувати низку рекомендацій щодо поведінки ведучого (модератора) теледискусії: 1) повинен викликати довіру й повагу широкій аудиторії; 2) має добре орієнтуватися в політичних програмах кожного з кандидатів, уміти передбачити агресивну чи іншу реакцію на

запитання та відповідно реагувати на неї, наприклад, вимкнути мікрофон у кандидата, який переходить на особистості, ображає опонентів чи висловлює популістичні гасла.

Значну роль у підготовці дебатів відіграє професійна команда. Місцеві журналісти мають допомогти ведучому підготуватися, ввести в контекст і поділитися корисною інформацією щодо опонентів. Модератору слід бути об'єктивним і незаангажованим та однаково ставитися до всіх учасників програми. Головною метою програми має бути конструктивна дискусія, неприпустиме суб'єктивне ставлення до певного кандидата.

Висновки. Завдяки проведеному аналізу визначено, що формат дебатів ефективно сприяє формуванню політичної культури й дає змогу політикам у стислих хронологічних рамках репрезентувати аудиторії себе та свої передвиборчі програми, аргументувати власні заяви, а глядачам — порівняти кандидатів і зробити свідомий вибір. Враховуючи соціальний інтерес і актуальність медіадебати можуть сприяти підвищенню рейтингів, розширенню аудиторії та приверненню уваги до позицій кандидатів.

Реалізований у статті комплексний аналіз ролі масмедіа як посередника та каталізатора комунікації між владою й суспільством на прикладі досвіду Львівської філії Суспільного мовника допоміг визначити, що під час підготовки та проведення токшоу "Виборчий округ. Дебати" між ЗМІ, кандидатами на посади голів ОТГ і громадою провадилася як пряма, так і опосередкована комунікація, що суттєво вплинула на формування політичного дискурсу в регіоні, політичної свідомості населення Львова та Дрогобича, а також на підсумки місцевих виборів у регіоні. За результатами дебатів реципієнти сформуливали остаточну думку про кожного з кандидатів на посаду голови ОТГ, визначилися, чи потрібно йти на вибори тощо. Отже, у проведеному дослідженні обґрунтовано, що прямо чи опосередковано масмедіа вплинуло на явку виборців на дільниці, хід голосування і, зрештою, підсумки виборів, а отже, на загальну політичну

культуру населення громади Львівщини. Важливим результатом запропонованої розвідки є розроблення рекомендацій щодо діяльності модератора політичних дебатів, що може мати практичне значення під час підготовки теле- та радіопроєктів у цьому форматі.

Перспективи подальших досліджень. У ході дослідження виявлено, що перспективність розвитку жанру політичних дебатів на регіональному телебаченні є безсумнівною. Цей формат є затребуваним у сучасній політичній журналістиці й передбачає, що медіа надає кандидатам майданчик, де вони можуть репрезентувати себе, свою команду, передвиборчу програму тощо. Під час дебатів кандидати не тільки дискутують з опонентами, а й відповідають на актуальні запитання аудиторії.

Наведені результати аналізу дають змогу визначити перспективи для комплексних досліджень становлення регіональних політичних дебатів у ролі посередника комунікації між місцевою владою та громадськістю. Серед перспективних напрямів таких досліджень виокремимо:

1) соціокомунікативний аспект (опитування різних цільових аудиторій токшоу "Виборчий округ. Дебати", ґрунтовний аналіз коментарів / фідбеків до токшоу на різних платформах, зіставлення кількості переглядів і коментарів у різних регіонах окремо й створення загальної кількісної та якісної картини, аналіз ідейно-сислового наповнення коментарів за різними ознаками й критеріями як важливого елементу зворотного зв'язку, аналіз етапів трансформації громадської думки в регіоні щодо конкретних політиків як результат дієвості токшоу "Виборчий округ. Дебати" тощо;

2) практичний аспект (аналіз стратегій, технологій, принципів роботи регіональних журналістів у жанрі політичних дебатів, методик підготовки й проведення (модерування) дебатів, методів роботи з учасниками дебатів та аудиторією, шляхів удосконалення формату дебатів, аналіз і розроблення засобів привернення уваги реципієнта).

Список використаних літератури та джерел

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. — Москва : Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.
2. Виноградова С. А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом / С. А. Виноградова. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-mediadiskurs-kak-kommunikativnoe-yavlenie-s-manipulyativnym-potentsialom/viewer>. — Дата обращения: 28.03.2021. — Загл. с экрана.
3. Гуз О. П. Стратегія дискредитації і засоби її реалізації у політичному медиадискурсі (на матеріалі передвиборчих виступів кандидатів у президенти Ніколя Саркозі і Франсуа Олланда) / О. П. Гуз. — Режим доступа: <https://eprints.oa.edu.ua/4298/1/33.pdf>. — Дата звернення: 14.11.2021. — Назва з екрана.

4. Дуцик Д. Р. ЗМІ як комунікативний засіб між суспільством та державою / Д. Р. Дуцик // *Нова політика*. — 2001. — № 2 (34). — С. 11—14.
5. *Про Суспільне* телебачення і радіомовлення України : закон України від 17.04.2014 № 1227-VII. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18>. — Дата звернення: 10.01.2022. — Назва з екрана.
6. Михалева О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. — Москва : Либроком, 2009. — 252 с.
7. Никитина К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием / К. В. Никитина // *Управление общественными и экономическими системами*. — 2006. — № 2. — С. 1—6.
8. Почепцов Г. Г. Комунікації між владою та суспільством: нові шляхи / Г. Г. Почепцов. — Режим доступу: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/9867/2011-04-14-komunikatsii-mizh-vladoyu-ta-suspilstvom-novi-shlyakhy/>. — Дата звернення: 10.01.2022. — Назва з екрана.
9. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. — Київ : ВПЦ Київський університет, 2008. — 180 с.
10. Синютка вважає, що формат дебатів на "UA: Львів" не відповідає Виборчому кодексу України (2020) // *Детектор медіа*. — Режим доступу: <https://bit.ly/3rzI7w7>. — Дата звернення: 24.12.2021. — Назва з екрана.
11. Стаднік Є. Політичні дебати — дискусія, що вирішує долю країни / Євгенія Стаднік // *Ліга. Блоги*. — Режим доступу: <https://cedem.org.ua/analytics/politychni-debaty/>. — Дата звернення: 23.03.2021. — Назва з екрана.
12. Тимошенко А. Як організувати політичні дебати на регіональному рівні / Анастасія Тимошенко // *The Lede*. — Режим доступу: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/10/12/2143/>. — Дата звернення: 12.10.2021. — Назва з екрана.
13. UA: *ЛьВІВ* очікує на відповідь щодо участі у проєкті "Виборчий округ. Дебати" (2020) // *Galinfo*. — Режим доступу: <https://lv.suspilne.media/articles/7450>. — Дата звернення: 24.12.2021. — Назва з екрана.

Halyna Shcherba,

*Master's Student in Journalism of the Petro Mohyla Black Sea National University,
Media Worker of the Television and Radio Company "Public Mykolaiv"*

Yulia Sazonova,

*PhD of Social Communications, Associate Professor
of Department of Journalism of the Petro Mohyla Black Sea National University*

***Talk show "Constituency. Debates" by Public Broadcaster
of Lviv region as a mediator of communication between
the government and the society: structural-typological and content analysis***

The article considers the role of mass media as a mediator and catalyst of communication between government and society on the example of the experience of the Lviv branch of the Public Broadcaster, describes the mechanism and invariants of communication (including direct and indirect) between candidates, mass media and audience and its implementation on the process of forming public opinion in the region; the prospects for the development of the genre of political debates in the regional media space are determined; implemented structural and typological analysis and qualitative content analysis of projects "Constituency. Debates" of the Public Broadcaster of Lviv Region; analysis of questions to government officials from journalists and the public according to different classifications, considered and described compositional blocks of the analyzed programs, traced the implementation of feedback from TV projects on official websites and social networks; describes the coverage of "Constituency. Debates" in other types of media and blogosphere; the influence of debates on the political discourse in the region and the formation of political consciousness and political culture of the public through the broadcast of pre-negotiation and post-discussion of the analyzed projects are considered; the result of efficiency and effectiveness of the analyzed projects on the results of local elections in Lviv region is traced, recommendations for regional journalists on conducting a political talk show in the format of debates are developed. In particular, in the context of demonstrating the role of the Public Broadcaster in shaping public opinion, a number of requirements and recommendations to the person leading (moderator) of constructive television discussion are proposed, including the trust and respect of a wide audience; orientation in the political programs of each of the candidates, the ability to anticipate aggressive or other reactions to questions and respond appropriately to it, objectivity and impartiality.

Keywords: *debate; Public; talk show; communications; politics; elections; city government; television*

References

1. Burde P. (2002). *O teledivenii i zhurnalistike*. Moskva: Fond nauchnyh issledovanij "Pragmatika kultury", Institut eksperimentalnoj sociologii.
2. Vinogradova S. A. (2010). *Politicheskij mediadiskurs kak kommunikativnoe yavlenie s manipulyativnym potencialom*, [online]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskij-mediadiskurs-kak-kommunikativnoe-yavlenie-s-manipulyativnym-potentsialom/viewer> [Accessed 28.03.2021].

3. Guz O. P. (2010). *Strategiya diskreditatsiyi i zasobi yiyi realizatsiyi u politichnomu mediadiskursi (na materialii peredviborchih vistupiv kandidatuv u prezidenti Nikolya Sarkozi i Fransua Ollanda)*, [online]. Available at: <https://eprints.oa.edu.ua/4298/1/33.pdf> [Accessed 14.11.2021].
4. Ducik D. R. (2001). ZMI yak komunikativnij zasib mizh suspilstvom ta derzhavoyu. *Nova politika*, 2 (34), pp. 11—14.
5. *Pro Suspilne telebachennya i radiomovlennya Ukraini : zakon Ukraini vid 17.04.2014 № 1227-VII*. (2014), [online]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18> [Accessed 10.01.2022].
6. Mihaleva O. L. (2009). *Politicheskij diskurs: Specifika manipulyativnogo vozdejstviya*. Moskva: Librokom.
7. Nikitina K. V. (2006). Politicheskij diskurs SMI i ego osobennosti, sozdayushie predposylki dlya manipulyacii obshchestvennym soznaniem. *Upravlenie obshchestvennymi i ekonomicheskimi sistemami*, 2, pp. 1—6.
8. Pochepcov G. G. (2011). *Komunikatsiyi mizh vladoyu ta suspilstvom: novi shlyahi*, [online]. Available at: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/9867/2011-04-14-komunikatsii-mizh-vladoyu-ta-suspilstvom-novi-shlyakhy/> [Accessed 10.01.2022].
9. Rizun V. V. (2008). *Teoriya masovoyi komunikatsiyi*. Kyiv: VPC Kiyivskij universitet.
10. *Sinyutka vvazhaye, sho format debatuv na "UA: Lviv" ne vidpovidaye Viborchomu kodeksu Ukraini*. (2020). Detektor media, [online]. Available at: <https://bit.ly/3rzI7w7> [Accessed 24.12.2021].
11. Stadnik Ye. (2019). *Politichni debati — diskusiyi, sho virishuye dolyu krayini*. Liga. Blogi, [online]. Available at: <https://cedem.org.ua/analytics/politychni-debaty/> [Accessed 23.03.2021].
12. Timoshenko A. (2020). *Yak organizuvati politichni debati na regionalnomu rivni*. The Lede, [online]. Available at: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/10/12/2143/> [Accessed 12.10.2021].
13. *UA: LVIV ochikuye na vidpovid shodo uchasti u proyektii "Viborchij okrug. Debati"*. (2020). Galinfo, [online]. Available at: <https://lv.suspilne.media/articles/7450> [Accessed 24.12.2021].

Надійшла до редакції 19 лютого 2022 року

АРХІВОЗНАВСТВО Й АРХІВНА СПРАВА



УДК 021.61+930.253:[005.922.52:004.932](477)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2022.4(309).35-39

Наталія Коржик,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри інформаційної, бібліотечної
та архівної справи ХДАК,
e-mail: nktvlya@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0305-2864>

Цифрові архіви України: стан, проблеми, перспективи

У статті досліджено сучасний стан цифрових архівів в Україні, котрі є платформами цифрового (електронного) контенту, що забезпечують доступ до різноманітних архівних ресурсів у глобальному інформаційному просторі та підтримують світову концепцію цифровізації найціннішої архівної спадщини. Акцентовано на пріоритетних завданнях для всіх архівних установ, що демонструють прогресивний напрям політики розвитку архівної справи в Україні, яка відповідає сучасним тенденціям. Визначено основні риси цифрового архіву. Проаналізовано праці закордонних і вітчизняних фахівців, в яких висвітлено основні завдання та методи щодо цифровізації архівних ресурсів. Розглянуто основні функції цифрового (електронного) архіву та його види, подано базову характеристику групування архівних електронних інформаційних ресурсів у процесі їх джерелознавчого опрацювання. Зосереджено увагу на проєктах, що вже функціонують в інформаційному просторі та успішно надають доступ до онлайн-ресурсів, зокрема оцифрованих документів, фотографій, аудіо- та відеоматеріалів. Наголошено на перспективному напрямі, а саме на потребі співпраці фахівців щодо оцифрування архівних матеріалів і створення єдиної платформи для подання електронних архівних ресурсів у зручному для користувачів форматі.

Ключові слова: архіви; електронний архів; цифровий архів; оцифрування; інформаційний простір; контент; інформаційні ресурси

Постановка проблеми. Головну ідею створення та впровадження електронних архівів на світовому рівні зафіксовано у "Хартії про збереження цифрової спадщини" (2003 р., ХХХІІ Генеральна конференція ЮНЕСКО), в якій зазначено, що

цифрова спадщина — це унікальна скарбниця людських знань, створена як в електронному форматі, так і на основі конверсії наявних ресурсів на аналогових носіях [12]. На заклик найавторитетнішої міжнародної організації Україна