
Розділ 1

НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ

Part 1

SCIENTIFIC COMMUNICATION

https://doi.org/10.31516/2410-5333.053.01

УДК 070.422(477)Щур:316.77](045)

М. Е. Звєгинцова, кандидат філологічних наук, старший викладач, Харківська державна академія культури, м. Харків

kukuzveg@gmail.com

https://orcid.org/0000-0002-0593-5548

МАЙКЛ ЩУР: ГРА ЯК СТРАТЕГІЯ ПОДОЛАННЯ ПСЕВДОКОМУНІКАЦІЇ

Розглянуто діяльність Майкла Щура як медійного образу сучасного українського журналіста Романа Вінтоніва, зокрема стратегію його медійної гри, спрямовану на зміну соціальної звички до псевдокомунікації в таких актантів, як політик — журналіст — глядач. З'ясовано, що цю негативну соціальну конвенцію можна подолати, використавши нестереотипні та не-прогнозовані методи журналістики, які уподібнюють працю журналіста до акторської гри: тримають журналіста в напруженні, дезорієнтують політика та зацікавлюють глядача. Балансування на межі дозволеного як прояв сатири в медіа має на меті активізацію зацікавленості та критичного мислення глядача як соціального суб'єкта.

Ключові слова: гра, комунікація, медіа, журналістика.

М. Э. Звєгинцова, кандидат филологических наук, старший преподаватель, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

МАЙКЛ ЩУР: ИГРА КАК ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСЕВДОКОММУНИКАЦИИ

Рассмотрено деятельность Майкла Щура как медийного образа современного украинского журналиста Романа Винтонива, а именно его стратегию медийной игры, направленную на изменение привычки к псевдокоммуникации у таких актантов: политик — журналист — зритель. Показано, что эту негативную конвенцию можно преодолеть, используя нестереотипные и непрогнозируемые методы журналистики, которые уподобляют работу журналиста актерской игре: держат журналиста в напряжении, дезориентируют политика, заинтересовывают зрителя. Балансирование на грани дозволенного как проявление сатиры в медиа своей целью имеет активизацию интереса и критического мышления зрителя как социального субъекта.

Ключевые слова: игра, коммуникация, медиа, журналистика.

M. E. Zvegintsova, Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

MICHAEL SHCHUR: GAME AS THE OVERCOMING OF PSEUDOCOMMUNICATION

The aim of the article is to study the game strategies of the Ukrainian journalist Roman Vintoniv, realized in the image he created, Michael Shchur.

Research methodology. The method of description was used in the article, which made it possible to represent the evolution of Michael Shchur's image as a component of the modern mass media process.

Results. The article analyzes the strategies of the media game of Michael Shchur, which are aimed at breaking the habit of pseudo-communication between such persons as the politician — the journalist — the viewer. This negative convention, as the experience of the functioning of Michael Shchur's image shows, can be overcome by accustoming to non-stereotypical and unpredictable methods of journalism, which almost assimilate the work of a journalist to actor's performance: keep the journalist in suspense, disorient the politician, and encourage the viewer.

The journalist turns the attempts of incompetent politicians to imitate conscientious activity against them. The satirical-playing attitudes of Michael Shchur activate the interest and critical thinking of the modern Ukrainian viewer.

Thanks to the game approaches, the journalist destroys the pseudo-event of communication, returns the lost role of the mediator between the political community and the audience to himself, and the status of the socially active subject to the viewer.

Novelty. The current article demonstrates the ways of modern Ukrainian journalism to overcome social inertia, behind which the situation of the social and political crisis can hide.

The practical significance. Lecturers of journalism, journalists and researchers studying the issues of media area, may use this article in the professional activities.

Key words: *game, communication, media, journalism.*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень та публікацій.

Практична журналістська діяльність, що має на меті вплив на широку аудиторію, завжди перебуває в пошуку адекватних ситуації методів збирання та подання інформації. Робота з «негативним матеріалом» зумовлює використання адаптивних методів, серед яких: «метод із відкритим забралом», «із прикриттям», «роби із себе дурника» тощо (Нерух, 2002). В українському медійному просторі серед журналістів давно відбувся певний розподіл рольових ігор, наприклад, роль «світської левиці» виконує Катя Осадча, «журналіста-агресора» — Олег Дейнека, «заступниці героїв телесюжетів ТСН» — Алла Мазур, роль «інфантильного юнака» — Роман Вінтонів (Ворон, 2012).

Таким чином, на відміну від тлумачення гри Й. Гейзінги як акту свободи, що передбачає незацікавленість у винагороді (Гейзінга, 1994), ме-

дійна гра є професійно осмисленою та оплачуваною діяльністю. Але питання щодо її інтенціональної спрямованості ще не вирішено.

Мета статті — вивчити ігрові стратегії та журналістську цілеспрямованість Романа Вінтоніва на матеріалі його проєктів та інтерв'ю 2012–2013 рр., що стали своєрідними начерками до сучасного образу Майкла Щура.

Виклад основного матеріалу дослідження. Майкл Щур — медійний образ українського журналіста Романа Івановича Вінтоніва, котрий став відомим українському телеглядачеві у 2012 р. після виходу в ефір передачі «Чим живеш, Україно?». На початку кожного із шести випусків автор промовляв слова: «Я — Майкл Щур — телевізійний журналіст із Канади. Ці вибори є особливо цікавими для української діаспори. Я — її відряджений до України, аби робити телевізійні інтерв'ю з українськими політиками для діаспорянського каналу УТ-Торонто» («Чим живеш, Україно?», випуски 1–6). Так уперше публічно експліковано легенду про ревізора-іноземця українського походження. Навіть придумано правдоподібний слоган: «УТ-Торонто. Жовто-блакитна Канада». Аудіально-візуальним супроводом експозиції передачі були неодмінні атрибути міфологізованої «українськості»: кобза, вишиванка, народні пісні, низький уклін пам'ятникові Т. Шевченку тощо.

На той час, коли був відзнятий перший репортаж у Верховній Раді, Роман Вінтонів, як він сам розповідав 16 лютого 2015 р. під час майстер-класу в Школі журналістики УКУ, несподівано отримав спортивну травму, тому елементи образу Майкла Щура: вуса, окуляри, вишиванка та характерне лексико-орфоепічне мовленнєве забарвлення були доповнені кульгавістю та вимушеним спіранням на палицю, що лише додало стереотипної автентичності образу канадського діаспорянина. Більше того, репортажний жанр (що часто потребує від журналіста належного рівня фізичної мобільності) довелося змінити на інтерв'ю.

Так спонтанно утворилися жанрово-стильові межі першого медійного образу Майкла Щура, який викликає багато літературних алюзій: від мотивів ревізії Гоголя та Хвильового до мотивів несподіваної екзистенціальної перевірки героїв Достоєвського (сходження князя Мишкіна) та Булгакова (поява та суд Воланда).

Для методологічної характеристики медійної парадигми, у яку вдало вписано образ Майкла Щура, можна скористатися такими термінами, як: «гра» — «маска» — «карнавал» — «пародія» — «травестія» — «сатира». «Гумор налаштовує аудиторію на вдумливе, серйозне ставлення до предмета сміху, виправдовує і захищає його. Сатира настановляє та направляє на виправлення звичаїв. І гумор, і сатира звернені до образів колективного несвідомого, універсальних цінностей світу, а тому

сатирично-гумористичні передачі є живучими, зрозумілими та близькими» (Лесневська, 2011). Сатиричними характеристиками наділено і сам формат передачі «Чим живеш, Україно?» загалом. Перший випуск, наприклад, являв собою опитування депутатів різних фракцій, котрим пропонувалося відповісти на запитання: «Чи показують депутати свою <...> виборцям?», «Чи хизуються депутати своїм <...>?». І лише наприкінці програми подавалася заставка з жартівливим написом: «На прохання окремих депутатів Верховної Ради редакція програми «Чим живеш, Україно?» приховала слова «декларація» та «звіт»». У стилі провокації відбулося й інтерв'ю з Олегом Ляшком, якого Майкл Щур відрекомендував як представника сексуальних меншин України. У третьому випуску програми розіграш втілено за допомогою монтажу: якщо повірити його ілюзії, можна побачити найкоротше у світі інтерв'ю, «жертвою» якого став Володимир Рибак.

Приклади хуліганських методів журналістики Майкла Щура можна екстенсивно продовжувати, але цікавішою є амбіційна та зовсім серйозна мета, яку поставив перед собою Р. Вінтонів. Якщо, згідно з журналістом, уявити структуру суспільства як піраміду, де згори вниз йдуть такі секції, як «влада» — «бізнес» — «громада», то головною метою журналістики буде надання на кожному з рівнів інформації звіт про загальний стан.

Актуальність українських ЗМІ, на думку Р. Вінтоніва, така, що й «влада», і «громада» позбавлені адекватного бачення цієї загальної картини: «влада» — через зухвалу готовність відповідати, навіть не вислухавши запитання; «громада» ж — через імпліцитну готовність слухати «безвідповідальні» відповіді або й бути зовсім проігнорованою. Р. Вінтонів наводить приклад експерименту, під час якого політикам пропонувалося відповісти на запитання, позбавлене сенсу: «Як ви ставитесь до того, що у зв'язку з останніми віяннями то чи можна вважати результативними голосування, враховуючи результати по фракціях, якщо останнім часом підсилися і податковий, і адміністративний, і політичний тиск. А прості громадяни?» (з майстер-класу в УКУ). І кожен політик не просто відповідав, але й озвучував підготовлені шаблони, наділені дзеркальним семантичним навантаженням. «Коли офіційні форми комунікації між журналістами та політиками не дають результатів і є формальними, їх інформативна значущість зводиться нанівець. Якщо журналіст хоче отримати цікаву відповідь чи реакцію політика, він часом вдається до кпинів над політиками. Це є спроба спровокувати природню реакцію на питання, відповіді на які, зазвичай, підготовлені і завчені» (Герасименко, 2015).

На думку Р. Вінтоніва, зупинити інерцію псевдокомунікації можна лише за допомогою методів, що не обмежуються традиційною

журналістикою. Так, за допомогою дихотомій «гра»/«реальність», «серйозне»/«несерйозне», журналіст створює для політичних осіб ситуації, на які в них немає готових відповідей, та й застосування шаблонних реакцій в яких прояснювало б виборцям рівень адекватності тих людей, яким вони делегують свої голоси.

Р. Вінтонів є автором двох жартівливих термінів: «дурналістика» та «ХУЛ-налістика». До своєрідних гасел «дурналістики» належать такі, як: «будьте дурними» та «просіть пояснення очевидних речей». «Дурналіст» може знімати репортаж у костюмі зайця чи, наприклад, запитати, «як розшифрується НАТО», «чому у вас тільки одна прес-конференція?», «чому ви вже годину читаете з листочка?» або «ви хоч самі розумієте, про що говорите?». «Дурналістика» — завдяки нетиповості та спрощенню ситуації — не дозволяє політикові відмежуватися й сховатися за «серйозною термінологією», статистикою: цифрами й словами, значення яких він сам не розуміє.

На відміну від неї, «ХУЛ-налістика» — або хуліганська журналістика — потребує подолання інертності від самих журналістів. Метафора, що є основою назви цього жартівливого визначення нового типу журналістики, полягає, звісно, не в агресії. Р. Вінтонів акцентує на здібності (чи не-здібності) людей формувати громаду. Він запитує, чому не вчителі чи медики, не журналісти або профспілки, а саме футбольні фани несподівано запропонували підтримку й захист євромайданівцям. Відповідь на це запитання Р. Вінтонів убачає в тому, що футбольні фани мають своє середовище: не формальне, а живе. Журналісти ж спільного середовища не створили, тому, навіть атомарно переслідуючи спільні інтереси, не можуть бути успішними. Саме тому для «ХУЛ-налістики» важливим є вміння формувати професійну спільноту, діяльність якої відбуватиметься конструктивно: довкола гасла «за щось», а «не проти чогось»: «Потрібно боротися за щось. Це продуктивніше й ефективніше. Треба зміцнювати свої позиції, будувати навколо них барикади. Придумати спільну мету. Створити мозок — середовище з багатьма зв'язками. Синхронізувати ідеї та зусилля. Навіть банальна спільна заява свідчитиме, що з'явилися люди, які координують свої дії. Це підштовхне до дії інших людей» (Руденська, 2015).

Проекцію цих двох видів неklasичної журналістики можна помітити й у самому виборі імені для медіаперсонажа, у якому втілено знану модель сміхової культури оксиморонного типу, коли поєднується те, що стилістично поєднаним бути не може: наприклад, стереотипні Венера Гарбуз чи Теодор Кукурудза. У випадку журналіста-ревізора з Канади одна частина імені новоствореного персонажа мала відповідати його «закордонності», інша — натякати на українське походження. Так з'явилися

Майкл та Аманда Щур (за легендою, канадське подружжя, прототипом якого є родина талановитої журналістки А. Бабінець та Р. Вінтоніва). Ірої-комічний потенціал семантики прізвища «Щур» свідчить про традицію оповідати про акцентовано-буденне високим стилем.

Слід зазначити, що до ігрової журналістики Р. Вінтонів звернувся, маючи великий досвід праці класичного журналіста. До жовтня 2012 р., коли на відеохостингу YouTube створено канал «Телебачення Торонто» (у зв'язку з яким і з'явився образ Майкла Щура), Р. Вінтонів уже співпрацював з каналами «К-1», «Інтер», «ВВС», «ZIK» «1+1» та «Україна». Тому в появі рольового персонажа можна вбачати не стільки потяг молоді натури до неформатної поведінки, скільки необхідність знайти новий спосіб комунікації, мовлення, яким можна було б зацікавити публіку, спрямувати її увагу на важливі громадські, політичні та культурні проблеми. Ефективність такої стилістики підтверджується тим, що експлуатація образу Майкла Щура є понині актуальною, про що свідчать такі передачі: «Але є одне але» (АЕОА), «Війо до Трону», «Вже на Троні», «Утеодин», «#@)€?\$0» («Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, доллар, нуль»), «ЧереЩур».

Висновки. Р. Вінтонів зі своїм рольовим образом Майкла Щура здійснив кар'єрний шлях від репортера до шоумена. Його проект подолання псевдокомунікації виконує не тільки атрактивно-розважальну функцію, але інформує та заохочує до аналітичного сприйняття культурних і політичних подій. І хоча нагальність медійної апробації стартової легенди вже в минулому, образ ревізора із-за кордону вдало трансформувався в образ експерта-сатирика, що й досі є «оздобобою» українського телевізійного ефіру.

Перспективи подальших досліджень. Розвиток актуальної теми необхідний для поліпшення розуміння контексту сучасної української журналістики, її завдань та вибору релевантних методів для реалізації поставленої мети. Подальша розробка поданого матеріалу дозволить конкретизувати специфіку перетину журналістської діяльності з набутками літературного та театрального видів мистецтв, пов'язаних з феноменом гри.

Список посилань

- Ворон, Б. (2012, 14 лютого). Рольові ігри в журналістиці. *Медіакритика*. Узято з <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/rolovi-ihryv-zhurnalistytsi.html>.
- Гейзинга, Й. (1994). *Ното Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури*. О. Мокровольський (Пер. з англ.). Київ: Основи.
- Герасименко, Р. (2015, 16 червня). Комедійні технології в політиці: від іронії до провокації. *Медіакритика*. Узято з <http://www.mediakrytyka.info/>

ohlyady-analytyka/komediyni-tekhnohiiyi-v-politytsi-vid-ironiyi-do-provokatsiyi.html.

- Лесневська, В. (2011, 28 березня). Про свободу сміху або сатира vs цензура. *Медіакритика*. Узято з <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/pro-svobodu-smikhu-abo-satyra-vs-tsenzura.html>.
- Нерух, О. (2002). *Першооснови журналістської творчості*. Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
- Руденька, Т. (2015, 16 лютого) «*Будьте хуліганамі!*», — *Роман Вінтонів. Школа журналістики УКУ*. Узято з <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/2698/>.

References

- Voron, B. (2012, February 14). Role playing in journalism. *Mediakrytyka*. Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/rolovi-ihryy-v-zhurnalistytsi.html> [in Ukrainian].
- Huizinga, J. (1994). *Homo Ludens, a study of the play element in culture*. O. Mokrovolskyi (Trans.). Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
- Gerasymenko, R. (2015, June 16). Comedy in politics: from irony to provocation. *Mediakrytyka*. Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/komediyni-tekhnohiiyi-v-politytsi-vid-ironiyi-do-provokatsiyi.html> [in Ukrainian].
- Lesnevska, V. (2011, March 28). On the freedom of laughter or satire vs censorship. *Mediakrytyka*. Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/pro-svobodu-smikhu-abo-satyra-vs-tsenzura.html> [in Ukrainian].
- Neruh, O. (2002). *The fundamental principles of journalistic creativity*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University [in Ukrainian].
- Rudenska, T. (2015, February 16). “*Be hooligans!*”, *Roman Vintoniv. School of Journalism of Ukrainian Catholic University*. Retrieved from <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/2698/> [in Ukrainian].

Надійшла до редколегії 02.08.2018 р.