

Харківський «Виборчий округ. Місцеві»: журналістика без сенсаційності та скандалів

Ганна Старкова, Данило Кравченко

Ця програма може допомогти виборцю визначитись із вибором, але потрібно уважно слухати й занотовувати.

5 жовтня в ефірі філій Суспільного стартувало токшоу «Виборчий округ. Місцеві». «Детектор медіа» попросив своїх експертів у регіонах переглянути програму й поділитися враженнями. Ми публікуємо ці огляди після дня виборів, хоча в багатьох містах ще й відбудеться другий тур мерських перегонів. Ми вже писали про закарпатську, кропивницьку, полтавську та одеську програми. На черзі Харків.

Проект «Виборчий округ. Місцеві», що виходив в ефірі харківської філії Суспільного із 7 по 22 жовтня, не схожий на типові політичні розмовні програми українських телеканалів. Глядачі комерційних телеканалів звикли: навіть коли творці токшоу пообіцяли серйозну фахову дискусію, чекати слід на сварку (ведучі часто стають їхніми учасниками або й провокують їх), скандал, а може, й бійку. Натомість у студії Суспільного не б'ються й не волають одне на одного. Учасники програми — кандидати на посади міських голів Харкова та ключових міст регіону, а також висуванці у депутати місцевих рад — не завжди були чемними й обізнаними, але жодного з'ясування, хто у студії найрозумніший і найголосніший, не було. Редакція ставила собі зовсім іншу мету — «познайомити виборців із кандидатами та політичними партіями, що йдуть на місцеві вибори».

«Через карантин і обмежені ресурси до телевізійної студії ми не могли запрошувати представників усіх політичних сил: нам важливо було представити жителям області принаймні ті, які мають найбільше шансів бути в місцевих радах наступного скликання. Але до радіоетеру, в якому мова йшла про районні ради, ми запрошували усіх. І все одно — участь брали два, три, максимум чотири опонента. Розуміючи, як важлива динаміка

таких розмовних етерів, ми зробили формат максимально різноманітним, а ведучі не давали кандидатам відхилитися від теми», — розповіла продюсерка Харківської філії Суспільного Ганна Сілаєва, підсумовуючи проєкт. Деякі кандидати відмовилися від участі в проєкті або проігнорували запрошення, що продюсерка вважає «сигналом виборцям».

Кожний ефір «Виборчого округу» складався із п'яти блоків: візитка, аналіз програм, виклики регіону, блок питань від мешканців і питань до опонентів. Програми виходили й на радіо, й на телебаченні — на ютуб-каналі філії викладені теле- і радіоефіри. Почнімо з радіо.

Ведучі радіоефірів Зоя Рудь та Роман Кривко добре підготовлені до програми, розслаблені, але обізнані в темі. Протягом 35 хвилин розмови вони залишалися модераторами та повністю контролювали дискусію. Жодних натяків на упередженість до будь-кого з гостей у студії; ефір пройшов без натяку на скандал чи непорозуміння.

В ефірі брали участь представники трьох політичних сил. Інші кандидати з різних причин не змогли взяти участь у програмі; всі причини були озвучені.

Вочевидь кандидатів готували до ефіру заздалегідь, що пішло на користь ритму розмови. Порядок виступів також визначили наперед, тож не виникало непотрібних пауз або суперечок між кандидатами. Жорсткий таймінг по виступах чи відповідях (одна хвилина, іноді — тридцять секунд) із початку здався не дуже вдалим — декілька відповідей зависли в повітрі. Але кандидати доволі швидко пристосувалися до часових рамок і вимушені були менше часу витратити на демагогію.

Інформаційна довідка щодо новоутвореного Харківського району й того, як обиратимуться до районної ради депутати — безумовно, важлива, але саме на слух сприймається важкувато. Цей формат подачі (топоніми, партії, кількість депутатів) ідеально підходить для телебачення, де цю інформацію можна візуалізувати за допомогою інфографіки. З урахуванням того, що

основна радіоаудиторія — здебільшого люди літнього віку, певну важливу інформацію вони можуть просто не почути.

Втім важко уявити, що в такій програмі могло би привабити широку аудиторію. Це якісний продукт, однак цілковита відсутність конфлікту чи бодай полеміки між учасниками, одноманітність випусків, побудованих за одним і тим самим принципом, роблять програму просто нецікавою для будь-якого слухача, крім тих, хто фахово цікавиться місцевою політикою і виборами.

На відміну від радіо, телебачення задіює ще один орган чуття: глядач може не лише орієнтуватися на голос та інформацію, а стежити за зовнішнім виглядом та поведінкою учасників ефіру. До того ж, Суспільне робить телеефір доступним для людей із вадами слуху за допомогою сурдоперекладу.

На початку кожної передачі ведучі Валерія Гецько та Віта Дубовик пояснюють, хто був запрошений. Гостей у студії було максимум троє, хоча запрошували до п'яти. В іншій студії за подіями слідкував «спостерігач» — представник громадянської мережі «Опора» Микола Зінченко або юрист Роман Чумак.

Кандидатів для участі у програмі заздалегідь вибирали експерти — дванадцятьох людей, серед яких політологиня, соціолог, активістки, медійники. Втім, за яким принципом обирали самих експертів, у філії не пояснили.

На посаду харківського міського голови балотувалися чотирнадцять кандидатів. Експерти допомогли визначити п'ятьох (хоча, напевно, глядачам було б важливіше почути тих, хто має найвищі шанси на перемогу). Участь у програмі зрештою взяли двоє — Ігор Черняк (Блок Юлії Світличної) й Олександра Нарижна («Голос»). Аж ніяк не лідери перегонів.

Команда програми ретельно готувалася до кожного ефіру: ведучи розповідали про політичний і професійний бекґраунд кожного учасника. У першому запитанні домагались актуалізації для регіону певної тези із програми політичної сили,

представником якої є учасник програми. Запитували, як голосуватимуть учасники за певні реальні рішення, якщо вони будуть винесені на розгляд ради. З'ясовували ставлення кандидатів до нагальних проблем міста або області. Після кожної відповіді глядачам зачитували невелику довідку, яка прояснювала контекст. Доповнювали розмову думки спостерігачів, які аналізували й підсумовували відповіді кандидатів. На початку і в кінці ефіру також демонстрували довідкові відеоролики про функції органів місцевої влади та учасників виборчого процесу, а також правила голосування.

На жаль, усю корисну інформацію глядачі могли сприйняти лише на слух — вона не дублювалася інфографікою чи титрами, та й в описах відео її немає. Не знайшлося там місця і для проголошених посилань на матеріали Суспільного — наприклад, перелік експертів, які визначали гостей. Ведучі просто пропонують шукати на сайті, не уточнюючи навіть, на якому саме — філії, Суспільного загалом абощо.

Один зі способів добитися чемної поведінки учасників шоу — жорсткий регламент. Хоча ведучі часом дозволяли комусь із гостей щось додати, та за часом промови кандидатів були збалансовані. Відповісти за 30–60 секунд на запитання, до якого ти не готувався, нелегко, але деяким кандидатам це вдавалося блискуче. Ведучі демонстрували обізнаність у питаннях, що обговорювались у студії, та часом доповнювали (іноді з іронією) сказане кандидатами. Цей формат засвідчив, що часові обмеження та чіткі запитання обмежують можливості популізму. Ведучі не завжди встигали зупиняти кандидатів, які за звичкою переходили до політичних гасел, але в таких випадках час спливав, і відповідь залишалася неповною.

Відчуття залученості аудиторії до проєкту створювали телефонні дзвінки та підготовлені заздалегідь відеоопитування, записані на вулиці та в інших менш типових місцях — наприклад, в електричці.

Вочевидь, «Виборчий округ. Місцеві» насамперед дивилися люди, які цікавляться виборчим процесом і кандидатами; прагнуть дізнатися факти, оцінити готовність кандидатів до виборних посад, мають час дивитись або слухати програму. Напевно, знайти таких глядачів не так легко. Та одне досягнення Суспільне може записати на свій рахунок: харків'янка Ганна Старкова, яка раніше взагалі не планувала голосувати, після перегляду «Виборчого округу» визначилась із вибором.