

Особенности жанра ток-шоу: федеральные и региональные российские СМИ

Научный руководитель – Гризлюк Любовь Владимировна

Бахир Полина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Сургутский государственный педагогический университет, Сургут, Россия

E-mail: bahirpolina@gmail.com

По структуре современное ток-шоу всецело повторяет каноны жанра, сформированные его создателем - американским телевизионным журналистом Филом Донахью.[8] Именно ему принадлежит разработанная в 1960-е годы классическая формула жанра, базирующаяся на трех главных составляющих - харизматичным ведущем, приглашенных гостях и активно участвующей в обсуждении актуальной общественной проблемы аудитории.

С момента зарождения ток-шоу как жанра в нашей стране сложилось мнение, что данный формат может являться трибуной для обсуждения действительно актуальных вопросов современности. Причем у зрителя сохранилось ощущение, что его голос может быть услышан. Владимир Познер, который считается создателем ток-шоу в России, говорит, что это - одна из самых демократичных форм, которая позволяет обыкновенным людям принимать непосредственное участие в передаче. Ее не заменит даже интерактивное телевидение.[5]

А.С. Варганов, д.ф.н., профессор, телевизионный критик, отмечает, что задача жанра ток-шоу - активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.[2] Высокая степень популярности ток-шоу и эффективность сообщения связываются исследователями со следующими признаками: гибкостью тематического поля программы и включением в него элементов других дискурсивных практик; глубокой вовлеченностью адресата в процесс телевизионной интеракции.[1]

Особенность современного российского ток-шоу заключена в том, что, при внешней форме свободной дискуссии, на самом деле зрителям дается одна-единственная, строго ограниченная в параметрах позиция.[2]

Ток-шоу в России по сей день реализуются и существуют как «кальки» западных телепрограмм, копируя не только их основные признаки, но и второстепенные. Элементы ток-шоу могут иметь даже информационные программы, и почти всегда информационно-аналитические, что является характерной особенностью отечественного телевидения. Жанр ток-шоу скорее развлекательный, чем информационный, и при отсутствии мониторинга аудитории чреват скукой и потерей адресности.[8] Так, например, А. Варганов говорит о таких реалиях «голубого экрана», как «смех по принуждению», публичное раздевание и пр.[3] Спустя уже 20 лет мы можем наблюдать, что основные тенденции на российском телевидении остаются прежними. Исследуя проблемы деятельности регионального телевидения, критик не сомневается в способности последнего составить конкуренцию центральному в борьбе за зрителя. Подтверждением этому, по его мнению, служит неподдельная эмоциональность периферийных тележурналистов, их естественность в общении со зрителем, создающая больший эффект доверительности, чем на центральном телевидении.[4]

В нашем исследовании мы проанализировали сетку вещания СМИ федеральных округов РФ, которые стараются следовать классическим стандартам передач данного формата: харизматичный ведущий, приглашенные гости и активная аудитория, и сравнили их с местными программами нашего региона.

Для исследования мы взяли три знаковые передачи Центрального федерального округа: «Пусть говорят», «Прямой эфир», «Говорим и показываем». А также методом случайной выборки мы для сравнения взяли ток-шоу уровня регионов: «За скобками» (г.Сургут, ХМАО), «Вызовы жизни» (г.Нижний Новгород), «Все как есть» (Республика Крым), «Четверо против одного» (г.Екатеринбург), «Точки опоры» (г.Грозный), «Точка зрения 27» (г.Хабаровск).

Критерии сравнительного анализа региональных и федеральных ток-шоу: название, заставка программы, ведущий ток-шоу, съемочная студия, участники, музыкальное сопровождение, сценарный ход, оригинальность программы, целевая аудитория, локальность, выбор и раскрытие темы, социальная значимость и интерес, цензура\самоцензура.

Ток-шоу Центрального округа обладают следующими признаками: графически качественно исполненные ролики на заставке; профессиональная работа ведущих (в основном мужчины); съемочная студия оснащена дорогостоящей аппаратурой; музыка, для программ написанная композиторами на заказ, создающая нагнетающую эмоции обстановку; неклассический подход при построении дискурса; оригинальный сценарный ход. Выбор темы оказывает влияние непосредственно на массового зрителя и вызывает интерес (анонсы, реклама). Целевая аудитория женщины от 35 лет, с высшим образованием.

Программы федеральных округов отличны от федеральных в создании программ данного формата. Уровень качества съемки ниже; устаревшее в большинстве случаев оборудование и меньше его в наличии; «дешевое» оформление съемочной студии, реквизит; участники (гости/эксперты) обсуждения менее активны, их труд либо никак не оплачивается, либо частично. Как правило, нет смен сюжетного хода программы. Выпуски проходят самоцензуру и подвергаются цензуре извне, т. к. информационная политика СМИ зависит от местных властей. Целевая аудитория - женщины старше 40 лет, с высшим образованием.

На основании нашего исследования, мы можем сделать вывод о том, что функционирование жанра ток-шоу может быть успешным при определенных условиях: повышение квалификации сотрудников СМИ ТРК, которые занимаются выпуском ток-шоу; переоснащение съемочных студий современной техникой; повышение уровня креативности редакционной команды; продумывание способов материального и нематериального поощрения участников ток-шоу; применение социологического инструментария журналиста к изучению рейтинга программ.

Источники и литература

- 1) Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. - М.: Изд-во МГУ, 1991. - 125 с.
- 2) Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. М., 2003. С. 26.
- 3) Вартанов А.С. А че? Пипл хавает! // Журналист. – 1997. - №6. –С.33.
- 4) Вартанов А.С. Без камуфляжа // Журналист. - 1997. – №3.
- 5) Дмитриев Л.А. Телевизионные жанры. 2011. - 375 с.
- 6) Иванова Е.А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы. Ростов н/Д., 2003.
- 7) Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // RELGA. - 2006.- № 15.