

Секция «Журналистика»

Особенности развития ток-шоу на российском телевидении (на примере ток-шоу «Пусть говорят», «Говорим и показываем», «Прямой эфир»)

Филиппова Анна Алексеевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: pr.filipova@gmail.com*

Ток-шоу – (в переводе с английского talk show – «разговорное представление») – это жанр, представляющий из себя продолжительный разговор на заданную общественно-значимую тему, в котором обязательно участвуют аудитория и эксперты, а катализатором беседы является ведущий.

Ток-шоу как жанр появился на телевидении в 60-х годах XX века. Исследователи называют его создателем американского журналиста Фила Донахью, который однажды, во время интервьюирования гостя в прямом эфире, понял, что у него заканчиваются вопросы и обратился к зрителю с предложением задать вопрос. Впоследствии журналист стал привносить в свою программу элементы скандальности, что также является одной из характеристик жанра ток-шоу.[1]

Российский телезритель познакомился с ток-шоу в 1986 году – тогда состоялся первый телемост между США и СССР. С американской стороны его вел Фил Донахью, а его партнером стал Владимир Познер.[2]

Впоследствии Познер стал ведущим множества ток-шоу на российском телеэкране. В 1996 году сначала на НТВ, потом на ОРТ он начинает вести первое ток-шоу, посвященное вопросам изучения личности – «Человек в маске». В то время были очень популярными такие ток-шоу, как: «12 этаж» Эдуарда Сагалаева, «Музыкальный ринг» Тамары Максимовой и, конечно же, «Взгляд» Влада Листьева.

В развитии жанра ток-шоу на российском телевидении можно выделить два характерных периода.

Первый – с середины 1980 по 1991 год. Тогда ток-шоу было представляло собой открытый рупор мнения населения, трибуну для обсуждения актуальных вопросов времени, строилось полностью опираясь на особенности национального менталитета.

Второй – с 1991 года по наше время – отечественное ток-шоу начинает активно перенимать черты западного, появляется черты развлекательности, привносится некоторая скандальность, меняется тематика. Основной упор делается на коммерческий успех. Сегодня на современном российском телевидении ток-шоу есть практически на всех телеканалах. Существует несколько разновидностей ток-шоу: общественно-значимые, психологические, специализированные, смешанные, событийные.

Среди разнообразия ток-шоу на российском телевидении можно выделить три программы, собирающие у телеэкрана наибольшую аудиторию. Это «Пусть говорят» («Первый канал»), «Говорим и показываем» («НТВ»), «Прямой Эфир» («Россия 1»).

У этих ток-шоу можно выделить некоторые общие черты. В первую очередь – персонализация, привязка программы к личности ведущего, который является ключевой фигурой передачи и ее лицом.

Второй отличительной чертой можно назвать схожую тематику данных ток-шоу: они сосредоточены непосредственно вокруг проблем обычного человека. Основными темами становятся: конфликты и споры, личностные и социальные проблемы, и значимые события, жизнь звезд, актуальные политические вопросы, и многое другое, что может затронуть сферу интересов массовой аудитории.

Третья черта – регулярность. Все названные ток-шоу выходят пять дней в неделю: по будням, заставляя зрителя ждать появления передачи на телеэкране.

Четвертая черта – схожесть построения непосредственно самой программы. В студии есть зрители, герои и эксперты, которые обсуждают заданную тему, за ходом развития беседы и ее направлением следит ведущий.

Пожалуй, основной чертой, объединяющей ток-шоу на российском телеэкране, является ориентированность на живые, насущные проблемы зрителя.

Основным отличием российских ток-шоу от зарубежных, можно назвать их ориентированность на особенности именно российского менталитета. Не зря, Фил Донахью, приезжая в Россию, жаловался, что ему сложно работать с русской аудиторией: «Они прочитали длинные романы Толстого и Достоевского и хотят раскрыть перед микрофоном всю душу, рассказать сразу все, что знают»[3]. Однако, как можно судить по рейтингам трех основным российских ток-шоу, современным вполне ведущим очень успешно удается работать с отечественным зрителем.

[1] Бирбом М. Хозяин ток-шоу //Спутник-ТВ. 2005. №7

[2] Телевизионная журналистика : учебник. 5-е изд., перераб. и доп. / редкол. : Г.В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Изд-во Моск. Ун-та : Наука, 2005. – С. 235

[3] Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ: учебное пособие. – Издательство Московского Университета, 2004. С. 31

Литература

1. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие. – Издательство Московского Университета, 2004
2. Телевизионная журналистика. Учебник. Под ред. Кузнецова Г.В., Цвик В.Л., Юровского А.Я. М., 2002. С. 239.
3. Бирбом М. Хозяин ток-шоу //Спутник-ТВ. 2005. №7
4. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции: Учебное пособие. – Москва, 1997
5. Варганов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках.