

Влияние образа ведущего на популярность телевизионного ток-шоу (на примере ток-шоу «Прямой эфир»)

Шведова Тамара Игоревна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: shvedovatamara@bk.ru

С 4 апреля 2011 года на телеканале «Россия 1» выходит программа «Прямой эфир». В ток-шоу обсуждаются темы, вызывающие общественный резонанс. Ведущий программы Михаил Зеленский продержался на своем посту два года, после чего вернулся в программу «Вести-Москва». С мая 2013 года его место занял Борис Корчевников. Руководство телеканала никак не комментировало смену ведущего. Главный продюсер телеканала «Россия 1» Наталья Никонова, определяя жанр программы как «документальную драму в студии», отметила тенденцию ток-шоу «Прямой эфир» к развитию и обновлению и заявила, что Борис Корчевников «привнесет в ток-шоу свою авторскую интонацию» [2].

Путем анализа рейтингов ток-шоу и сопоставления имиджа и коммуникативных стратегий обоих ведущих мы смогли предположить причину такого решения.

Психика человека устроена таким образом, что информация воспринимается через ее носителя. Максимальная эффективность усвоения информации гарантирована при создании четкого и детализированного образа телевизионного журналиста. Аудитории интересна яркая личность, нестандартный человек, владеющий даром общения. Ключевым фактором, влияющим на успех того или иного образа ведущего, является совпадение имиджа ведущего с форматными требованиями ток-шоу, или же подстройка под них.

Михаил Зеленский пришел в «Прямой эфир» с прочно закрепившимся имиджем «серьезного журналиста». Ведущий играл роль знатока, интеллектуала, чье мнение является авторитетом. Меланхоличность темперамента, слабо выраженная эмоциональность и чрезмерная правильность воссоздали на экране скучный, ничем не запоминающийся образ.

Михаил Зеленский пытался проанализировать проблему и дать ей оценку. Коммуникативная стратегия Михаила Зеленого не предполагала провокационности и стремления к сенсационности. Образ телеведущего оказался неэффективным для привлечения и удержания аудитории.

Имидж Бориса Корчевникова также был устоявшимся- телезритель знал его по роли скромного и порядочного парня в сериале «Кадеты». На телеканале «СТС» она также вел программы «Хочу верить!» (2009), «История российского шоу-бизнеса» (2010), «История российского юмора» (2013). «Скандалный оттенок его более чем безупречная репутация занятого скромника приобрела в минувшем январе, после выхода в эфир НТВ документального фильма «Не верю!» [3]. В нем Борис Корчеников обвинил общественных деятелей и блоггеров в дискредитации православной церкви.

«Оксюморный» имидж нового телеведущего «Прямого эфира» сочетает в себе внешнюю скромность, улыбчивость, наивность и дополняются провокационностью и въедливостью. Б. Корчевников играет роль простого парня, являющегося защитником и выразителем общественного мнения, но основная его задача- выведать у гостей в студии подробности их личной жизни, выставить напоказ их душевные переживания и устроить показательные эмоциональные разбирательства.

Обозреватель «Новой Газеты» Ирина Петровская отмечает заинтересованность Б. Корчевникова в выпуске ток-шоу, посвященному 90- летию телеведущей Валентины Леонтьевой, исключительно в пикантных подробностях ее личной жизни. Его не интересует, почему ее так любили зрители и как она стала легендой отечественного ТВ. «Ради этого и затеяли программу — чтобы поведать миру, что «всехняя мама» оказалась «никудышной мамой» собственному сыну, что сын ей этого не простил и в отместку превратил ее жизнь в ад..» [4]. Попытки гостей в студии остановить поток шокирующих откровений телеведущим пресекались. Борис Корчевников преподносит любую информацию в формате сплетни, шокирующего признания или сенсации.

Смена ведущего и коммуникативной стратегии производилась с целью повышения рейтинга ток-шоу «Прямой эфир». Поставленная задача была выполнена. На момент запуска телепроекта в апреле 2013 года рейтинг ток-шоу составлял 3, 9%, доля 10,7%. В последний месяц работы Михаила Зеленского в качестве ведущего рейтинг опустился до 3,7%. Появление Бориса Корчевникова привело к следующим показателям: рейтинг 3,6%, доля 11,2 % в начале его деятельности, и 5,4% и 17,5% в настоящее время.

После прихода Бориса Корчевникова ток-шоу приобрело черты скандальности и «желтизны», изменилась атмосфера в студии, интерьер стал современным и ярким. Серая и сдержанная заставка программы уступила место красочной, привлекающей внимание. Вместо нейтральной, спокойной музыки, настраивающей на вдумчивые размышления и диалог, в начале ток-шоу звучит динамичная. Учащенная ритмическая пульсация нового музыкального вступления создает эмоционально-напряженное состояние и провоцирует горячую полемику.

Источники и литература

- 1) 1) Гуревич Л.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991.
- 2) Обновленный «Прямой эфир» выйдет без Зеленского: новостная лента телеканала «Россия 1», 2013. URL: http://russia.tv/article/show/article_id/15601/
- 3) Двухлетие «Прямого эфира» Михаил Зеленский отметил уходом из ток-шоу// Комсомольская правда: электронная версия газеты, 2013. URL: <http://www.kp.ru/daily/26071/2977515/>
- 4) Петровская И. Е. «Прямой эфир» дарит бывшим звездам «любовь» с особым цинизмом // Новая газета: электронная версия, 2013. №87. URL: <http://www.novayagazeta.ru/columns/59438.html>

Слова благодарности

Выражаю признательность своему научному руководителю, Перипечиной Галине Викторовне, за помощь в подготовке тезисов доклада.