

**программы о культуре в формате ток-шоу на федеральных каналах  
отечественного телевидения: особенности и специфика создания**

**Научный руководитель – Мириманов Дмитрий Александрович**

***Алексеева Александра Вячеславовна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

*E-mail: sasha.aleksejeva@gmail.com*

«Еще не было в нашем лексиконе броского англоязычного термина «ток-шоу», а обозначаемое им явление - телепрограммы, в которых в студии присутствовали зрители, горячо обсуждающие предложенную проблему, существовали. . . » [1]. В течение нескольких лет до проведения телемоста между США и СССР в 1986 году, после которого, согласно исследователям, советская публика познакомилась с фигурой Фила Донахью и популярным американским «ток-шоу», на отечественном телевидении уже транслировался ряд передач, имеющих схожие черты с прежде неизвестным массовому зрителю жанром.

Новаторство и самобытность появившегося типа контента состояли, главным образом, в концепции, предполагающей непривычные для прежнего телевидения формы взаимодействия ведущего, гостей и аудитории, присутствующей в студии во время эфира. Ток-шоу привнесло возможность открыто обсуждать актуальные проблемы, предоставляя каждому участнику право высказаться и, что немаловажно, быть услышанным. Именно эти условия привлекли к новому на тот момент типу передач многомиллионную аудиторию, которая собиралась перед экранами с целью «остро переживать и <...> решать жгучие общественные проблемы вместе с тележурналистами и их гостями» [3].

В 1990-х годах траектория развития жанра ток-шоу на отечественном телевидении меняется от вектора «национальной самобытности» в сторону калькирования западных образцов. Стремление сэкономить и, при этом, представить аудитории апробированный и рейтинговый контент, приводит к снижению качества продукции и штампованию однотипных проектов.

Постепенно ток-шоу занимают одну из центральных частей программной сетки телеканалов, умоляя внимание глубоким культурологическим и социальным темам и останавливаясь на «женских» бытовых вопросах. На настоящей момент данное положение также актуально: «второсортные», как их назвала исследовательница Э. Могилевская, ток-шоу значительно выигрывают в соотношении с передачами, поднимающих проблемы культуры как совокупности производственных и духовных достижений людей. Большинство телепродукции, отвечающей глубоким и интеллектуально ориентированным темам, сосредоточено на канале «Россия К». В 2016-2017 сезонах насчитывается пять проектов рассматриваемого формата, собирающих узкую по сравнению с другими звездными шоу аудиторию, но, тем не менее, занимающих высокие строки в нишевом рейтинге.

Таким, образом, объектом нашего исследования становится формат ток-шоу, а предметом - программы, поднимающие вопросы культуры. Главная задача - проанализировать настоящий тип контента и выяснить, каким образом он трансформирует традиции жанра и как вписывает рассматриваемую тематику в установленные рамки. Помимо этого, в предстоящем докладе мы осветим и детально разберем роль ведущего, целевые установки и сценографическое оформление передач о культуре в формате ток-шоу, в результате выделив основные плюсы и минусы заключения «бесед о высоком» в модель популяризированной телепродукции.

### Источники и литература

- 1) Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках. М.: Высшая школа, 2003.
- 2) Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования. М., 2004.
- 3) Мясникова М. А. Специфика жанров телевидения// Вестник Санкт-Петербургского университета. СПб., 2009.
- 4) Прощикин Т. А. Организация телевизионного ток-шоу. М., 2006.
- 5) Третьяков В.Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. 2015.
- 6) Munson W. The talkshow in media culture. Philadelphia: Temple University Press, 1993.