

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ТОК-ШОУ: ЖАНР, СТРУКТУРА, ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ «ПРЯМОЙ ЭФИР»
С БОРИСОМ КОРЧЕВНИКОВЫМ)**

**Выпускная квалификационная работа
студентки
очного отделения 4 курса гр. 86001224
Шабалиной Елизаветы Андреевны**

**Научный руководитель:
к. филол. наук, доцент
И. И. Карпенко**

**Рецензент:
к. филол. наук, доцент
С.М. Нарожняя**

Белгород, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТОК-ШОУ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ	9
1.1. Типологическая характеристика телевизионного ток-шоу.....	9
1.2. Жанрообразующие черты современного телевизионного ток-шоу....	16
1.3. Проблемы развития современного телевизионного ток-шоу	22
Выводы к Главе I.....	27
ГЛАВА II. ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ТОК-ШОУ «ПРЯМОЙ ЭФИР» С БОРИСОМ КОРЧЕВНИКОВЫМ	29
2.1. Тематический анализ ток-шоу «Прямой эфир»	29
2.2. Структурная характеристика ток-шоу «Прямой эфир».....	35
2.3. Стратегия ток-шоу «Прямой эфир».....	41
Выводы к главе II	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	50
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	57

ВВЕДЕНИЕ

Современное российское телевидение переживает на сегодняшний день своего рода контентный кризис: в связи с тотальной коммерциализацией телевизионной индустрии все реже на телеэкранах появляются оригинальные программы, которые уступили место франшизам и заимствованиям. Данные заимствования касаются не только форматов телепрограмм, но и их жанровых характеристик. Так, одним из популярных жанров на современном телевидении выступает диалогический жанр – ток-шоу. Российские журналисты взяли за основу опыт американских коллег, и теперь в нашей стране ток-шоу (в переводе с английского – «разговорное зрелище») является самым популярным и востребованным жанром. Крупные телеканалы имеют свои ток-шоу, которые различаются по направленности, обсуждаемым темам и целевой аудиторией.

В нашей стране жанр ток-шоу завоевал популярность в 1960-е гг. и до сих пор стремительно развивается. Об этом свидетельствует большое количество телепередач данного жанра: «Поединок» с Владимиром Соловьевым, «Время покажет», «Жди меня», «Мужское/Женское», «Пусть говорят», «Прямой эфир», «Право голоса» и т.д. Зачастую в студии таких передач обсуждаются социальные проблемы, а также личная жизнь участников, их поступки, дается оценка экспертов: психологов, врачей, адвокатов, депутатов.

Однако стоит отметить, что, выступая, изначально аналитическим жанром, сегодня ток-шоу все чаще предстает современному телезрителю как развлекательная программа. Исследование стратегии современного ток-шоу, анализ его структуры и тематических предпочтений дает понимание этой проблемы и опосредует **актуальность** данного исследования.

Цель дипломной работы – исследовать и охарактеризовать жанр

телевизионного ток-шоу, изучить типологическую характеристику, жанровое и тематическое своеобразие, его структуру и тенденции развития.

Поставленная цель предопределила следующие **задачи**:

- 1) определить место жанра ток-шоу в системе телевизионных жанров;
- 2) дать типологическую характеристику телевизионного ток-шоу;
- 3) выявить жанрообразующие черты ток-шоу;
- 4) определить его специфические особенности в рамках отечественного коммерческого телевидения;
- 5) выявить проблемы развития современного телевизионного ток-шоу.
- 6) изучить стратегию жанра на примере ток-шоу «Прямой эфир»;
- 7) на основе анализа названной телевизионной передачи выявить структуру и тематику данного ток-шоу.

Объект исследования – телевизионное ток-шоу, рассматриваемое с точки зрения своих характеристик.

Предмет исследования – жанровые особенности ток-шоу, его принципы, приемы, а также структурно-тематическое своеобразие и тенденции развития.

Теоретическая база дипломного исследования строится на основе разноаспектных научных работ. Мы опирались на труды следующих исследователей:

– Л. Е. Кройчика «Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста» и А. А. Тертычного «У беседы свое лицо. Беседа – метод и жанр», где даётся определение жанру как таковому, изучаются его составляющие и категории;

– Я. Н. Засурского «Система средств массовой информации России» и

Милана Крума «Феномен ток-шоу: лекарство или яд для души?», где авторы дают определение понятию ток-шоу и присущим ему качествам;

– Н. В. Вакуровой и Л. И. Московкина «Типология жанров современной экранной продукции», где дается представление о жанровой структуре и типологии, а также говорится о стилях, направлениях и жанровых разновидностях;

– Г. В. Кузнецова «ТВ-журналистика: критерии профессионализма», где автор говорит о качествах профессионального журналиста, которые влияют на построение программы, умение правильно вести диалог;

– С. А. Муратова «Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром», где пишет об особенностях диалогических, «разговорных» жанров телевидения, также рассматривает психологические, эстетические и этические проблемы, возникающие при общении тележурналиста со своим героем.

Эмпирическую базу исследования составили выпуски ток-шоу «Прямой эфир», рассматриваемые в работе с позиции организационной структуры, типологических характеристик и стратегии его организации.

Хронологические рамки исследования охватывают период с октября 2015 года по настоящее время. Мы целенаправленно взяли во внимание последние выпуски ток-шоу «Прямой эфир» для того, чтобы изучить состояние этого жанра в современный период.

Гипотеза дипломного исследования заключается в том, что в настоящее время наметилась серьезная конкуренция среди телеканалов за интерес аудитории. Отсюда следует проблема наполняемости телепередач, так как этот аспект выступает в прямой зависимости от времени телесмотрения: аудитория жаждет «хлеба и зрелищ», отсюда – освещение скандальных историй о жизни звезд шоу-бизнеса, эстрады и известных личностей. Данные тенденции на современном телевидении наглядно реализуют актуальную на сегодняшний

день в нашей стране коммерческую модель телевизионного вещания. Передачи в жанре ток-шоу во многом отвечают концепции современного коммерческого телевидения. Ток-шоу за счет своей диалогичности, предоставляют возможность отобразить проблему с разных сторон, обеспечивая интерес зрителей. Но, так как жанр ток-шоу является аналитическим, поднимается вопрос результативности таких передач. Стратегия современного ток-шоу, как показывает наблюдение, направлена по большей части на реализацию развлекательной функции современного телевидения, отсюда налицо подмена содержания: ток-шоу на коммерческом телевидении, используя механизмы, применяемые традиционно в программах аналитических жанров, представляет современному зрителю исключительно развлекательный продукт. Наглядным примером подобной практики может служить анализ программной стратегии современного ток-шоу, реализуемый через тематический и структурный анализ передачи.

Анализ научной литературы доказывает неполную **научную разработанность темы**, так как до настоящего времени исследователями журналистики не изучены тенденции развития современного ток-шоу как модели коммерческого телевидения, а также реализация развлекательной, а не аналитической функции жанра ток-шоу, что ставит под сомнение результативность данных передач.

Новизна исследования состоит в том, что в работе предпринята попытка обосновать тот факт, что современное телевизионное ток-шоу не выполняет свои функции, т.е. будучи аналитическим жанром, не приносит результативности и не отвечает требованиям эффективности. Обсуждение в студии какой-либо проблемы только имеют внешние признаки аналитической программы. За этими признаками на первом месте стоит рекреативная функция, т.е. главная задача современных ток-шоу – заполнить свободное время

телезрителей, снять напряжение, обеспечить эмоциональную разрядку.

Жанр ток-шоу на первых ступенях своего развития имел идеологическую (социально-ориентирующую) функцию, которая связана в первую очередь со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов. Для того чтобы прийти к выводу о том, что жанр ток-шоу имеет проблемы развития за счет неисполнения критериев, был изучен теоретический материал, а также эмпирическая база.

Методы исследования, использованные в работе, определяются целью, задачами, объектом и предметом исследования и включают в себя:

- структурно-функциональный метод – при характеристике системы жанров;
- метод мониторинга, примененный при отборе эмпирического материала исследования;
- качественный анализ контента был направлен на уточнение и интерпретацию содержания сюжетов, отобранных для анализа;
- метод анализа источников, обработка эмпирических данных – при изучении эмпирической базы;
- метод типологизации – при классификации жанров;
- реферативно-аналитический, индуктивно-дедуктивный и сравнительный методы – для систематизации теоретического материала.

Теоретическая и практическая значимость работы. Основные положения и выводы, полученные в ходе работы, могут быть использованы с целью проведения дальнейших исследований в области изучения современного телевизионного вещания, что актуализирует теоретическую значимость проведенной работы. Результаты данного исследования могут также быть

применены в качестве методического материала в преподавании курсов по телевизионной журналистике. Практическая ценность работы состоит в том, что в данном исследовании систематизируются и теоретически обосновываются проблемы и тенденции развития современного телевизионного ток-шоу, которые могут применяться в практике вещания современных телеканалов.

Структура дипломной работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы, определяются цели и задачи, дается обзор литературы по теме.

В первой главе – «Ток-шоу на современном российском телевидении» – дается общая характеристика жанра ток-шоу, также выделяются его виды, и дается определение функций ток-шоу.

Во второй главе – «Телевизионное ток-шоу «прямой эфир» с Борисом Корчевниковым» – мы рассматривали особенности ток-шоу «Прямой эфир», а также производили его тематический анализ, выявили структуру и стратегию шоу.

В заключении мы подвели итоги и наметили перспективы исследования данной темы.

ГЛАВА I. ТОК-ШОУ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

1.1. Типологическая характеристика телевизионного ток-шоу

Исследуемый нами жанр на протяжении многих лет приковывает к телевизорам многомиллионную аудиторию. Историю жанра ток-шоу на российском телевидении можно разделить на два этапа:

1) середина 1980-х по 1991 гг. Жанр освещал актуальные вопросы современности, поднимал серьезные проблемы, как социальные, так и политические;

2) с 1991 – 1993 гг. по сегодняшний день. Этот период характеризуется заимствованием зарубежных жанров в российское телевидение. Ток-шоу стали копировать признаки западных телепрограмм, к которым относятся легкость разговора, артистизм ведущего как обязательные элементы ток-шоу. Все телевизионные передачи жанра ток-шоу стали носить развлекательный характер. Это обеспечивает коммерческий успех.

Впервые ток-шоу на голубых экранах увидели американцы в 1960-х годах. Журналист Фил Донахью, который был ведущим передачи, в прямом эфире брал интервью у героя программы. В тот момент, когда вопросы к герою закончились, журналист предоставил возможность задать вопрос одному из зрителей, находящемуся в студии. С этого вопроса началась история жанра ток-шоу [Бирбом 2005, с. 12].

Фил Данахью начал работать с этим жанром. Его программа появилась на телевизионном канале «WHIO-TV». Несколько лет с 1963 по 1967 Фил вел ток-шоу «The Phil Donahue Show» («Шоу Фила Донахью») в прямом эфире. Для привлечения аудитории и поднятия рейтинга, журналист ввел еще одно

новшество – взял за основу своей передачи не известных людей, а социальные проблемы, важные вопросы, скандалы и даже слухи, которые освещал в прямом эфире. «В течение той же недели в ноябре 1967 года он выдал в эфир фоторепортаж из родильного дома с подробным показом всех деталей и обсудил процесс родов с собравшимися в студии» [Бирбом 2005, с.13].

Такая форма ведения программы имела интерес аудитории и стала популярной среди других журналистов. Так, в 1980-х гг. на американских телеэкранах появилось ток-шоу Опры Уинфри «The Oprah Winfrey Show» («Шоу Опры Уинфри»), которое носило исповедальный характер. В студию приходили люди и рассказывали правдивые истории из своей жизни, именно здесь многие звезды сделали сенсационные заявления.

Ларри Кинг создал свое шоу – «Larry King Live» («Ларри Кинг в прямом эфире»). Он считается одним из лучших интервьюеров. Ведущий разговаривал с политиками, актерами и общественными деятелями в прямом эфире.

В конце 1980-х жанр ток-шоу приобрел масштабный характер. Но из-за своей популярности, жанр стал постепенно терять свои главные функции – все меньше уделяли внимание социальным и политическим вопросам, в то время как обсуждение скандальных историй выдвигалось на первый план.

Владимир Познер был партнером Фила Донахью по телемостам. Именно с их помощью российские телезрители познакомились с ток-шоу Донахью в 1986 году. С этого опыта началась карьера Владимира Познера как ведущего ток-шоу, и сейчас он считается создателем этого жанра в России. Он считает, что «ток-шоу – одна из самых демократичных форм, которая позволяет обыкновенным людям принимать непосредственное участие в телепередаче. Ее не заменит даже интерактивное телевидение» [Голованова 1997, с.34].

Телевизионный критик А. С. Вартанов отмечает успешную работу с жанром ток-шоу на раннем этапе его развития: «...имеющих шумный (и,

нередко скандальный) успех программ «12-й этаж» и «Взгляд». К сожалению, из четырех основных авторов тех передач – Э. Сагалаева («Этаж»), Д. Захарова, В. Листьева, А. Любимова («Взгляд») – после прекращения этих передач работал в ток-шоу один лишь В. Листьев. Он дал жизнь «Теме», которая продолжает поиски в области ток-шоу. В ней, с самого начала хорошо, четко организованной, была гармония всех составляющих начал. В. Листьев, который был первым ведущим, старался соблюсти равновесие компонентов: он не «тянул одеяло на себя», был достаточно сдержан в студии, не позволял приглашенным, воплощающим поставленную на обсуждение тему, солировать и увеличивать свой и без того высокий общественный рейтинг, держал в узде и публику, собравшуюся в студии. Главным для него был четвертый компонент приведенной ранее – зритель, сидящий дома перед своим приемником» [Вартанов 2003, с. 26].

Сравнивая два этапа развития жанра ток-шоу, мы можем наблюдать его изменение. Например, П. Шестеркина определила несколько задач жанра ток-шоу:

- 1) сделать из скучной обыденной темы всесторонне интересную программу с элементами интриги;
- 2) привлечь внимание и сформировать определенное отношение к обсуждаемой теме;
- 3) найти пути решения той или иной проблемы [Шестеркина 2012, [http](#)].

Третий пункт в современных телевизионных ток-шоу не реализуется, в то время как первые два пункта можно проследить в любом выпуске ток-шоу на российском телевидении.

А.С. Вартанов определяет формальные признаки ток-шоу: «Во-первых, ведущий программы (причем, не просто журналист-репортер, интервьюер, комментатор и т. д., но именно шоумен). Во-вторых, человек или проблема,

которые положены в основу обсуждения-зрелища. В-третьих, люди в студии, так называемые «внутренние зрители», которые не только наблюдают происходящее, но и активно участвуют в нем. И, наконец, в-четвертых, естественно, миллионы смотрящих происходящее на своих домашних телеприемниках...» [Вартанов 2003, с. 19].

Существует ряд критериев, характеризующих жанр ток-шоу, с помощью которых его можно дифференцировать. Г.В. Кузнецов дает такие основополагающие характеристики жанра: «...классическое ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий – приглашенные собеседники (эксперты) – зритель в студии. <...> И каждый из участников ток-шоу, какова бы ни была его служебная функция внутри программы, одновременно является персонажем с заданной ему авторами ток-шоу ролью» [Кузнецов 1998, с.59].

Кроме этого, необходимо подробнее разобрать ряд характеристик ток-шоу, определяющих его жанр. К ним относятся:

1. Форма диалогического общения со зрителем, с непосредственным использованием одного из главного вида журналистской работы – интервью.

2. Телевидение дает человеку право стать непосредственным участником того или иного события и формирует индивидуально личностный тип восприятия определенного ток-шоу. Понравившаяся телепередача начинает восприниматься телезрителем не с ее направленностью в рамках определенной тематики, а в гораздо большей степени с ведущим данного телепроекта.

3. Во многом атмосферу общения с аудиторией создает сам ведущий. Она складывается из личностных качеств ведущего. К ним относятся: профессионализм, обаяние, красноречие, артистизм, юмор, образованность, находчивость и т.д.

4. При проведении ток-шоу необходимо присутствие аудитории и экспертов.

5. Обязательное наличие подготовленного заранее сценария, так как жанр ток-шоу – это в первую очередь создаваемое на телевидении представление [Капишникова 1999, с. 10].

Кроме характерных черт, жанр ток-шоу, как и любой другой жанр, имеет множество разновидностей. Мы взяли за основу классификацию Н. В. Вакуровой, которая различает несколько видов ток-шоу.

Начнем с варианта разговорного ток-шоу, с которого началась история этого жанра на российском телевидении – **телемоста**. Благодаря ему расширились технические возможности. Телемосты дали толчок для развития технологий ведения прямого эфира. Для того, чтобы сделать телемосты ещё более интересными, информационно насыщенными, появлялись новые технические средства, совершенствовалась операторская работа. С помощью техники спутниковой связи реализуется возможность общения двух или более, географически удаленной друг от друга группы людей, находящихся в студиях. Причем каждая участвующая аудитория имеет своего ведущего, но общую тему обсуждения. Первый телемост в СССР состоялся в сентябре 1982. От первого телемоста Европа – США он отстал ровно на 20 лет, но для советского телевидения был колоссальным прорывом. Как было отмечено ранее, основоположниками этого вида жанра ток-шоу были Фил Донахью и Владимир Познер, которые дали толчок окончательному утверждению прямого эфира на российском телевидении [Телемост 90-х годов... 2003, html].

Следующий вид жанра телевизионного ток-шоу использует зрелищность предвыборной конкуренции кандидатов – **теледебаты**. Этот вариант разговорного жанра совмещает в себе элементы интервью, репортажа и дискуссии. Является обязательной частью предвыборной кампании, а также одним из методов формирования общественного мнения. Теледебаты являются полезным видом ток-шоу – помогает аудитории сориентироваться в выборе

кандидата за счет вынуждения их конкретизировать и персонифицировать программу, которую они предлагают. Ток-шоу такого вида являются зрелищными, эмоциональными, ведь порой ведущий провоцирует кандидатов, и участники теледебатов переходят за этические рамки. Примером является передачи: «Поединок» с В. Соловьевым («Россия-1»), «Дебаты» («Беларусь-1»).

Следующий вид – **беседа** – жанр аналитической публицистики. Часто в беседе используют короткие сюжеты, фотодокументы, что придает передаче наглядность. Реализация беседы возможна в двух форматах – это обсуждение актуальной темы или беседа с интересным человеком, который способен сам по себе привлечь к экранам зрителей (например, «Наедине со всеми» с Юлией Меньшовой на Первом канале).

Последний вид ток-шоу в классификации Н. В. Вакуровой – **дискуссия**. Этот жанр также относится к аналитической публицистике. Для своих телевизионных ток-шоу продюсеры чаще выбирают форму дискуссии, за счет ее контрастности. В студии происходит столкновение противоположных точек зрения на общественно-значимую проблему. Для этого вида жанра характерно одновременное нахождение конфликтующих сторон в студии («Прямой эфир», «Пусть говорят»). «Поскольку дискуссия чаще всего транслируется без видеоряда, зрелищность зависит от профессионализма ведущего в выборе участников, подготовке проблемы, умения импровизировать по ходу беседы» [Вакурова 1997, с. 25].

За счет увеличения эфирного времени, многообразия числа каналов вещания и притока людей, складывалась жанровая структура, и расширялось тематическое пространство, т. е. не просто выделялись конкретные жанры, но и определялось место каждого на экране – доля экранного времени, время суток и канал.

Ток-шоу отличается необычайной тематической и функциональной широтой жанровой разновидности. По тематике ток-шоу делятся на: политические, социальные, культурно-просветительские и бытовые.

Политические ток-шоу поднимают проблемы политических ситуаций в стране, обсуждают и анализируют введение законопроектов, эксперты дают свой прогноз развития тех или иных событий в стране. Ведущий задает вопросы известным политикам, общественным деятелям, которые дискусируют друг с другом. Также в обсуждении могут принимать участие товарищи по партии каждого оппонента. Политические ток-шоу чаще бывают в виде теледебатов («Основной инстинкт» С. Сорокиной, «Свобода слова» С. Шустера).

Социальные ток-шоу обсуждают общественные проблемы, которые касаются каждого человека. К таким проблемам относят безработицу, расторжение брака, наркоманию, алкоголизм, курение, демографическую ситуацию в стране и т.д. В студию приглашены и активно участвуют в разговоре эксперты: психологи, журналисты, врачи. Предлагаются пути решения тех или иных социальных проблем, но стоит помнить, что процесс решения не означает ее ликвидацию. Такие ток-шоу должны иметь результат, например, предоставление частной клиники бесплатного лечения подростка-наркомана и т.п. Преимущество данной тематики в том, что проблемы, которых она касается, затрагивает большое количество людей, благодаря этому возрастает и численность аудитории. Как правило, ток-шоу с такой тематикой выходит в эфир вечером. Примером может служить ток-шоу социальной направленности «Свобода и справедливость» на РЕН ТВ.

«В передаче обсуждались острые социальные темы, такие, как трудность получения российского гражданства, проблема усыновления и судьба приёмных детей, <...> нарушение авторских прав, проблемы общества,

вопросы о возвращении смертной казни, несправедливость. Эксперты — представители российского бизнеса, исполнительной и законодательной власти, силовых структур» [«Да» и «нет» не говорите, отвлекайте, веселите! 2012].

Следующий тематическая разновидность ток-шоу – **культурно-просветительские**. В шоу с такой тематикой рассматривают общее состояние культуры, искусства, а также обсуждают ситуации в сфере образования и просвещения. Ярким примером является канал «Культура» с телепередачами такой тематики – программа М. Швыдкого «Культурная революция».

Последняя тематическая разновидность жанра – **бытовые ток-шоу**, которые затрагивают сферу житейских отношений. Здесь дают советы по обустройству быта, воспитанию детей. Ток-шоу такой тематики это «копилка советов». Ни одна из таких программ не проходит без приглашенных в студию специалистов, кулинаров, психологов. В таких ток-шоу главным является мнение экспертов и гостей студии. Выход в эфир подобных передач происходит в утреннее или дневное время. К таким относятся кулинарные телешоу: «Смак» на Первом канале, «Рецепт на миллион» на канале СТС и т.д.

1.2. Жанрообразующие черты современного телевизионного ток-шоу

Классическое ток-шоу представляет собой следующую цепочку: ведущий – приглашённые собеседники (участники) – зритель в студии. Ток-шоу соединяет приемы журналистики и сценические приемы. И каждый из участников ток-шоу одновременно является персонажем заданной ему авторами ток-шоу ролью. Телевизионное ток-шоу не будет существовать без тех основ, которые образуют этот жанр. В организации ток-шоу важна «диалогичность», т.е. общение между ведущим и гостем студии.

С.А. Муратов писал, что «...ни одна из форм речевого творчества не

самоопределяется в наши дни столь стремительно, как диалог телевизионный, где граница между живым общением и его экранным эквивалентом нередко почти неуловима». [Муратов 1983, с.91].

Существует бесчисленное множество ситуаций, когда речевое воздействие осуществляется между несколькими людьми одновременно. Так, в ток-шоу общение в форме диалога часто переходит в форму полилога, когда две конфликтующие стороны спорят друг с другом. Т.Г. Винокур определяет полилог как «разговор сразу нескольких действующих лиц, который развивается как динамичный обмен короткими репликами, не только дополняющими, но и прерывающими действие, и одновременно характеризующими сразу большое количество персонажей пьесы» [Винокур 1977, с. 164].

Чтобы создать диалог или полилог, журналисту помогает главный вид журналистского творчества – метод **интервью**. Без него ток-шоу не может существовать.

В первоначальном своем значении **интервью** – это беседа журналиста (репортера, ведущего) с известной личностью, ученым, специалистом, «бывалым человеком» и т.п. Во время этой беседы журналист-интервьюер задает вопросы, подсказывает темы, которые желательно затронуть в беседе, «направляет» беседу, реагирует на высказывания собеседника, что дает дальнейшее развитие разговора.

«Человек, с которым мы беседуем, – специалист в своей области, ему не надо готовиться к тому, что он шахтер, или певец, или рыбак. А вот репортер для беседы с ним, чтобы не попасть впросак, должен на время стать немножечко шахтером, певцом, рыбаком», – формулирует эту мысль эстонский тележурналист Рейн Каремяэ [Муратов 2004, с.118].

К предстоящему интервью журналисту необходима тщательная подготовка. С. А. Муратов писал об этом: «Сбор и изучение фактов. Разработка вопросника. Определение психологической партитуры предстоящего разговора. Три задачи, предшествующие экранному диалогу» [Муратов 1983, с. 101].

Каждое телеинтервью имеет определенные задачи. К ним относятся:

- комментарий или подробное разъяснение известного факта,
- сообщение о политических, социальных и других задачах, рассказ о достижениях в различных сферах,
- представление интересного человека,
- мнение людей по какому-либо вопросу.

Выбор конкретной задачи зависит от темы ток-шоу.

Вопросы, которые ведущий задает гостям также можно классифицировать на:

- программные – задаются до эфира по теме интервью. Происходит уточнение некоторых деталей, вопросов, намеченных для экранной части общения;
- эфирные – вопросы, которые задаются только тогда, когда начинается разговор перед телекамерой.

Ток-шоу, сочетая сущностные признаки интервью, дискуссии, игры концентрируются вокруг **личности ведущего**. Это максимально персонифицированная экранная форма. О ней можно с достаточным основанием сказать: ток-шоу создает звезд, а звезды создают ток-шоу. Такому взаимовлиянию, взаимодействию формы и ее создателя в первую очередь способствуют необходимые личностные качества: ум, находчивость, обаяние, юмор, умение заинтересованно слушать, пластично двигаться и прочее [Кузнецов 2004, с. 67].

Ведущий, общаясь с гостем телешоу, также выступает в роли интервьюера. Он должен обладать обязательными качествами:

1. Умением предварительно и детально спланировать разговор с собеседником;
2. Способностью к мгновенному реагированию на неожиданные повороты беседы.
3. Обладанием «лидерскими» качествами, чтобы не пойти на поводу у собеседника, и сохранить необходимую линию беседы.

Кроме этого, особенностями любого ведущего ток-шоу являются:

- личное обаяние,
- способность вызвать симпатию аудитории,
- мгновенная реакция на события,
- хорошая память,
- разносторонняя образованность,
- харизматичность.

По мнению Л. П. Шестеркиной, интервьюер в своем поведении может допускать следующие характерные ошибки:

- не слушать ответы на свои вопросы;
- формально слушать, не вникать в смысл;
- смотреть на часы и подгонять собеседника без всяких на то оснований;
- стремиться к самовыражению, быть многословным и болтливым;
- быть бестактным, без надобности задавая вопросы интимного характера [Шестеркина 2012, <http>].

«Тележурналисту всегда надо помнить, что интервьюируемый — главное лицо передачи, а он, журналист, лишь посредник между аудиторией и человеком на экране. Часто журналисту хочется вмешаться в ответ, дополнить его, что-то уточнить, прокомментировать, сообщить собственное мнение. Это

допустимо, более того, желательно, но в передачах других жанров — беседе или дискуссии, где собеседники равноправны. В интервью опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной задачи — максимального самораскрытия интервьюируемого лица и, стало быть, успеха всей передачи» [Цвик 2004, с. 187].

При просмотре ток-шоу, у зрителя должно сформироваться три состояния общения: «эффект присутствия», «эффект диалогичности» и «эффект доверительности». Эффективность телевизионного общения с массовой аудиторией определяется личностным имиджем телеведущего.

Непременными «компонентами» ток-шоу, кроме ведущего, выступают **гости** («герои») – люди, чем-то прославившиеся или просто интересные своими поступками, мыслями, образом жизни. Гости передачи, т.е. интервьюируемые также делятся на категории:

- политики или государственные деятели, специалисты и другие лица, которые обладают эксклюзивной информацией. Интервью производится с целью получения этой информации;
- знаменитости. Их жизнь и творческая деятельность интересна аудитории;
- люди, представители разных слоев общества, которые представляют общественное мнение.

При проведении ток-шоу обязательно тесное взаимодействие коммуникатора и телезрителя, что является необходимым условием, определяющим функциональность интерактивного телевидения.

Российский психолог и лингвист А.А. Леонтьев дал подходящее нам определение взаимодействия: «...Благодаря общению люди могут вступать во взаимодействие. Иначе, взаимодействие, интеракция – это коллективная деятельность, которая рассматривается нами не со стороны содержания или

продукта, а в плане социальной ее организации. <...> Что касается общения, то это один из факторов интеракции, или, если быть более точным, совокупность таких факторов» [Леонтьев 1999, с.235].

«...точный учет состава слушателей <...> — одно из неперенных условий успеха ораторского мастерства, нужного воздействия на формирование необходимых индивидуальных и коллективных мыслей и чувств, ибо в этом и состоит та ближайшая цель, которой должен достичь оратор в данной аудитории. Она составляет предпосылку и основу общения между оратором и его аудиторией, без которого нельзя рассчитывать на результативность данного публичного выступления» [Апресян 1978, с. 171].

Присутствие **аудитории** в студии является важным условием для проведения ток-шоу. В телекомпаниях существует специальный отдел, специализирующийся на подборе публики для телепередач. Примечательно то, что он возник после появления первой программы жанра ток-шоу. Редакторы и модераторы приглашают зрителей в студию той или иной передачи. Необходимо отметить, что для каждой программы необходима своя публика с определенными критериями – те люди, которые заинтересованы в обсуждении той или иной проблемы.

Существует два способа наполнения зала зрителем:

1) в студию зрителей приглашает редактор по публике с четким и точечным подходом в формировании зрительского состава;

2) происходит массовое заполнение студии за умеренное финансовое вознаграждение. Этот способ не профессиональный и примитивный с точки зрения зрелищности шоу.

В последнем случае шоу получается, как правило, наигранным, не интересным, хотя определенный ряд организаторов телешоу используют именно такой метод работы с аудиторией.

В случае профессионального подхода в построении ток-шоу со зрителем, приглашается определенная группа людей с определенным социальным положением, возрастом, взглядом на то или иное событие.

Но при этом, существуют общие правила приглашения аудитории:

- всем присутствующим в студии должна быть интересна тема ток-шоу;
- характер присутствующих в зале зрителей должен быть эмоциональным и энергичным.

Зрители не всегда вовлекаются в разговор, иногда их участие ограничивается аплодисментами, смехом, возгласами удивления – это создает особую атмосферу публичности, дает «эмоциональную подсказку» телезрителям.

Кроме аудитории, присутствующей в студии, задать вопрос может телезритель. Некоторые ток-шоу, работающие в прямом эфире, практикуют каналы обратной связи для общения телезрителя и студии. В этом может помочь мобильная связь, компьютер, программа «Skype». Но для этого необходимо желание зрителя общаться со студией и четкая цель вступления в диалог. Также он должен быть готов к выступлению перед публикой.

В ток-шоу активно используются прямые включения. Они добавляют передаче еще больше зрелищности посредством противопоставления менталитетов географически удаленных друг от друга субъектов, как страны, так и дальнего и ближнего зарубежья.

1.3. Проблемы развития современного телевизионного ток-шоу

Как мы отмечали ранее, история жанра ток-шоу на российском телевидении делится на два периода. Во второй период (с 1991 по сегодняшний день) наблюдается изменение задач жанра. Главным элементом ток-шоу стала

развлекательность, телевидение копировало западные шоу, появилась более легкая подача материала.

После августа 1991 г. в России открываются новые политические, экономические и творческие возможности развития всей системы СМИ. Телевидение начинает буквально с нуля, открывая и постигая законы телевизионных жанров, драматургии и телевизионной деятельности в целом. Возникла проблема **заимствования** иностранных (в частности, американских) жанров на российских каналах. Для подражания западному телевидению использовались любые приносящие успех и экономическую выгоду образцы. Так на российский экран попадают «Колесо фортуны» («Поле чудес»), «Женский вопрос» («Я сама») и др. [Гаймакова 2004, с.177].

Также примером может служить ток-шоу «Час пик» (1994 г.), первым ведущим которого был Владислав Листьев, а позже – Андрей Разбаш. Формат телепередачи был заимствован у американского ток-шоу Ларри Кинга «Larry King Live». Скопированы были структура, характер передачи, манеры поведения ведущего. Он общался с гостями программы на актуальные темы. Заимствовали также фирменный знак Ларри Кинга – подтяжки.

Заимствование уже существующих **форматов** – эксплуатация разработанных и испытанных временем жанров. А.Г. Качкаева – журналист, кандидат филологических наук – так трактует понятие формата: «...формат» определяют индустриальные характеристики: «упаковка» содержания, адаптация, способ распространения, стоимость и пр.» [Качкаева 2010, с. 44].

На телевизионном рынке формат является важным составляющим, что обусловлено некоторыми факторами:

- снижением рисков телекомпаний. Идея и эффективность продукта проверены, что дает уверенность в его успехе и прибыли;

– необходимостью адаптации готового продукта под местные особенности, т.к. сами зарубежные программы не пользуются спросом аудитории.

На современном медиарынке форматы пользуются большим спросом. Законодательство об авторском праве на форматы не распространяется. Об этом свидетельствует пункт 5 статьи 1259 «Объекты авторских прав», Гражданского кодекса РФ, который гласит: «Авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования, геологическую информацию о недрах» [Гражданский кодекс Российской Федерации от 18.12.2006 N 230-ФЗ].

Опираясь на определение Н.Н. Цибановой, мы можем сказать, что на отдельные элементы телевизионного формата распространяется авторское право. К ним относятся: сценарий, графическое оформление, музыкальное сопровождение, но не формат в целом. «Формат представляет собой художественную концепцию программы, включающую сценарий или сценарный план исходного произведения (программы), описание существенных элементов (в том числе декорационных и сценографических), способов и приемов ее создания» [Цибанова 2014, с. 834].

Телеканалы конкурируют между собой за внимание аудитории. Из-за такого рода соревнования, жанр ток-шоу перестал выполнять свои главные функции – приобретая скандальный и развлекательный характер, стал все меньше уделять внимание социальным и политическим вопросам. Подражая западным аналогам, ток-шоу были лишены общественной значимости. Таким образом, появились так называемые «второсортные ток-шоу», которые были направлены исключительно для развлечения телезрителей: «Город женщин» и

«Большая стирка» (Первый канал), «Страна советов» и «Принцип домино» (НТВ), «Что хочет женщина» и «Короткое замыкание» (Россия).

Когда у жанра ток-шоу не было четких границ определения (как было на первом этапе развития), происходили творческие и социальные открытия, присутствовало общественное напряжение. Состояние жанра ток-шоу на современном этапе наиболее точно выразила профессор Б.Д. Гаймакова: «Задача жанра ток-шоу – активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения. Хитрость же российского ток-шоу заключается в том, что при внешней форме свободной дискуссии, на самом деле зрителям втолковывается какая-нибудь одна единственная, строго ограниченная в своих параметрах позиция» [Гаймакова 2004, с. 254].

Развлекательная функция стоит на первом месте у современного телевидения, в то время как просветительская и воспитательная функции сдали свои позиции. Таким образом, можно утверждать, что на телевидении произошел функциональный сдвиг в развлечение.

Популярность исследуемого жанра с каждым годом растет, что говорит о некотором сдвиге ценностных ориентаций современного общества из сферы труда в сферу потребления, досуга и развлечений. Современное общество испытывает потребность в развлечениях, которые, в свою очередь, становятся массовыми и публичными.

А.В. Шариков в книге «Телевидение и общество: нравственный конфликт» отмечает, что изменения в функциональности телевизионного контента во многом предопределены сдвигом от идеологической пропаганды к коммерческой рекламе [Шариков 2013, html].

С.Н. Акинфьев подтверждает наши выводы о том, что «развлекательная составляющая все чаще становится неотъемлемой частью информационно-

аналитического телевидения, утверждая движение в сторону развлекательности в качестве одной из основных тенденций развития современного телевидения» [Акинфьев 2008, с. 25].

Телевидение было одним из привилегированных институтов советского государства: по своему статусу и экономическому обеспечению оно стояло в одном ряду с такой структурой как госбезопасность. В начале 90-х годов ситуация изменилась радикально. «В течении одного-двух лет (1991-1992) телевидение пережило резкий и болезненный переход с полного государственного финансирования на «голодный паек». Оно стремительно погрузилось в стихию рыночных отношений, на базе которых складывались телевизионный рынок и телевизионный бизнес. Телевидение стало стремительно развивающимся сектором негосударственной экономики» [Васильев 1997, с. 15].

Начало 1990-х гг. принято считать началом **коммерциализации** телевидения. 27 сентября 1990 г. Председателем Гостелерадио СССР М. Ф. Ненашевым был издан приказ о создании самостоятельного вещательного предприятия с правами юридического лица. Изначально это была государственная структура, но существующая за счет рекламы. «Телеканал 2x2» год спустя стал частным предприятием. Он был целенаправленно создан как инструмент для зарабатывания денег на возможностях вещания. Новый канал с первых недель привлек внимание зрителей из-за новаторского программного наполнения. Появилось новое для того времени явление – свободное от пропаганды и политики развлекательное телевидение. Телеканал «2x2» транслировал классический набор советского ТВ: кино, мультфильмы, музыкальные клипы [Васильев 1997, с. 24].

Таким образом, коммерциализация телевидения характеризуется стремлением привлечь аудиторию с помощью развлекательной функции,

снижения глубины передач, ориентации на каждого зрителя.

Выводы к Главе I

Подводя итог, считаем важным отметить, что эволюция жанра ток-шоу на современном российском телевидении во многом определяет изменения в его типологических характеристиках, жанрообразующих чертах и также определяет проблемы развития этого жанра.

1. В данной главе мы рассмотрели исторический фон развития жанра ток-шоу, который можно разделить на два этапа:

- 1) середина 1980-х по 1991 гг.;
- 2) с 1991 – 1993 гг. по сегодняшний день.

Важно отметить, что периоды противоположны друг другу своими характеристиками. Мы большее внимание уделили развитию жанра ток-шоу на втором периоде, т.к. он характерен заимствованием зарубежных жанров в российское телевидение, что определяет проблемы развития ток-шоу;

2. Из выделенных нами задач жанра, таких как создание из обыденной темы всесторонне интересную программу с элементами интриги, привлечение внимания и формирование определенного отношения к обсуждаемой теме и поиск пути решения проблемы, мы удостоверились, что последний пункт в современных телевизионных ток-шоу не реализуется, в то время как первые два пункта можно проследить в выпусках любого ток-шоу на российском телевидении;

3. Нами были выделен ряд непосредственных характеристик жанра ток-шоу:

- форма диалогического общения с использованием метода интервью;

- ток-шоу дает человеку право стать непосредственным участником того или иного события;

- ведущий ток-шоу должен обладать следующими качествами: профессионализмом, обаянием, красноречием, артистизмом, юмором, образованностью, находчивостью;

- необходимо присутствие в студии аудитории и экспертов;

- наличие сценария;

4. Жанр ток-шоу может быть представлен в нескольких видах: телемоста, дискуссии, беседы и теледебатах, каждая из которых имеют свои типологические характеристики;

5. Ток-шоу отличается необычайной тематической и функциональной широтой жанровой разновидности. По тематике ток-шоу делятся на: политические, социальные, культурно-просветительские и бытовые;

6. С позиции экономической выгоды российские ток-шоу стали копировать признаки западных телепрограмм, к которым относятся легкость разговора, артистизм ведущего как обязательные элементы ток-шоу. Кроме этого, закупались форматы у зарубежных телекомпаний, что гарантировало снижение рисков, т.к. сама идея и эффективность купленного продукта были проверены, что гарантировало успех и прибыль;

7. Для привлечения большого контингента аудитории, все телевизионные передачи жанра ток-шоу стали носить развлекательный характер, что обеспечило коммерческий успех. В итоге, на телевидении произошел функциональный сдвиг в развлечение.

ГЛАВА II. ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ТОК-ШОУ «ПРЯМОЙ ЭФИР» С БОРИСОМ КОРЧЕВНИКОВЫМ

2.1. Тематический анализ ток-шоу «Прямой эфир»

Ток-шоу «Прямой эфир» является типичным представителем жанра ток-шоу современного этапа развития. Оно имеет ряд характеристик, которые объединяют передачи жанра ток-шоу, похожих друг на друга. К таким относятся: «Пусть говорят» с Андреем Малаховым, «Мужское/Женское» (Первый канал), «Говорим и показываем», «Лолита» (НТВ) и т.д. Темы у всех перечисленных передач также схожи – скандальные ситуации из жизни обычных людей и звёзд эстрады и шоу-бизнеса.

«Прямой эфир» выходит на канале «Россия 1» в 18:15 с понедельника по пятницу с апреля 2011 года. Изначально ведущим был Михаил Зеленский, позже – с мая 2013 года – актер, тележурналист, член Академии Российского телевидения Борис Корчевников. На официальном сайте программы дано ее описание: «Прямой эфир» – программа о том, о чем обычно не рассказывают средства массовой информации! Сложные проблемы обычных людей и знаменитостей в прямом эфире телеканала «Россия» [Прямой эфир, Электронный ресурс].

Актер и тележурналист Борис Корчевников в 2003 году закончил факультет журналистики МГУ, одновременно он учился в Школе-студии МХАТ. С 2001 года работал внештатным, а с 2002-го – штатным корреспондентом службы информации телеканала НТВ (готовил репортажи для программ «Сегодня», «Намедни», «Личный вклад», «Страна и мир», «Профессия — репортёр» и другие). Вёл передачу «Концлагеря: Дорога в ад», «Хочу верить!», «История российского шоу-бизнеса» и «История российского

юмора» на канале СТС [Прямой эфир, Электронный ресурс].

Все передачи жанра ток-шоу можно дифференцировать, взяв за основу их тематику:

1. Ток-шоу, основная аудитория которых – женщины. Обсуждаются вопросы красоты, здоровья, личной жизни, даются советы по ведению домашнего хозяйства. Героями и ведущими таких ток-шоу, как правило, являются женщины. К таким передачам относятся: «Я сама» (НТВ), «Лолита без комплексов» (Первый канал);
2. Ток-шоу, направленные на обсуждение проблем семейных отношений, участники в равной степени мужчины и женщины: «Семейные страсти» (РЕН ТВ);
3. Узкоспециализированные ток-шоу, тематикой которых является музыка, шоу-бизнес, и т.д. Внутри этой группы, руководствуясь этическими принципами, можно выделить две подгруппы:
 - 3.1. Ток-шоу, ориентированные на конфликты. Такие передачи делают акцент на скандалах. Суть таких программ заключается не в поиске решений проблемы, а только в ее обсуждении: «Пусть говорят», «Мужское/Женское» (Первый канал), «Прямой эфир» (Россия 1).
 - 3.2. Ток-шоу, избегающие конфликтов: «Наедине со всеми», «Пять вечеров» (Первый канал).

Нами была изучена эмпирическая база ток-шоу «Прямой эфир» за период с октября 2015 года по настоящее время, для того, чтобы на основе анализа передачи выявить структуру и тематику данного ток-шоу.

В исследуемой нами передаче доминируют **темы, посвященные жизни или поступкам «звезд» эстрады и шоу-бизнеса**. Данная тематика является исключительно развлекательной. Например, выпуск от 25.02.2016 «Его

называли господином. Звездный модельер избивал сотрудниц?». Обсуждали ситуацию сотрудницы элитного ателье, которую избил работодатель.

Жизнь «звезд» в программе освещается неоднократно: «Звездный дебош: Крис Кельми и Валерий Леонтьев в центре скандала» (03.11.2015 г.), «Королева красоты: Виктория Лопырева отреклась от больной раком сестры» (05.11.2015 г.), «Развод с телезвездой: “Он не коснется моего тела и не осквернит мою душу!”» (18.11.2015 г.), «Звездный дуэт: “Я изменяла, а он прощал...”» (19.11.2015 г.) и т.д.

Для некоторых историй не достаточно одного эфира, поэтому тема снова поднимается спустя некоторое время. К таким историям можно отнести выпуск от 12.10.2015 г. «“Волочкова соблазнила моего мужа! ” Жена известного олигарха против балерины-разлучницы». Анастасия Волочкова снова пришла в студию – выпуск программы от 07.12.2015 г. «Не все золото, что блестит: роскошь балерины». Тема обсуждения продолжается – балерину обвиняют в том, что она увела чужого мужа. Следующий выпуск – от 28.01.2016 г. «Волочкова: взлеты и падения королевы скандалов» - в студии снова обсуждают заслуженную артистку РФ, ее личную жизнь и скандальные поступки.

Семейно-бытовой тематике в ток-шоу «Прямой эфир» посвящено много выпусков. В свою очередь, ее можно разделить на две подгруппы:

- 1) **интимная тематика**, которая направлена на обсуждение личных отношений мужчины и женщины («Молодая муза народного артиста» от 30.03.2016 г.).
- 2) **проблема «Отцов и детей»** («Американская дочь Малинина взывает к отцу» от 5.10.2015 г.).

Важным моментом является то, что **тема «Отцов и детей»** освещается с позиции происшествий преступного характера в отношении семьи и детей. Эту

тему можно объединить с **криминальной тематикой**. Во время ее становления и развития в СМИ, журналисты использовали новую информацию, изучали её и создали новое веяние. Они хотели соответствовать западным течениям, поэтому появились свежие идеи решения проблем общества. Журналисты открыто обсуждали горячие темы, призывали к проблемам и пытались искать выходы [Суховеева 2011, с.21].

В ток-шоу «Прямой эфир» многие темы, в том числе и криминальные, рассматриваются поверхностно, суть проблемы не раскрывается. Такие темы поднимаются в среднем два раза в месяц. Зрителям показывают истории, в которых либо дети убивают родителей, либо родители избавляются от нежелательных детей: «Отец или мать: кто убил «неудобного» сына?» (25.01.2016 г.). Эта тема имеет продолжение – 11 февраля в эфир выходит выпуск «Кто убил «неудобного» сына: мачеха проходит детектор лжи». В ток-шоу множество историй подобного характера: «Семейные расстановки: сын миллиардера убил мать после тренингов?» (16.12.2015 г.), «Невыученные уроки: приемный сын стал убийцей матери» (29.01.2016 г.), «Невиновный: кто выбросил малыша?» (26.02.2016 г.), «Исповедь учительницы немецкого: “Меня объявили мучительницей сына!”» (11.03.2016 г.) и т.д.

Кроме этого, нашумевшие преступления также обсуждаются в «Прямом эфире», порой несколько выпусков подряд: «Свидетель служебного романа: новый поворот в деле белгородского врача» (14.01.2016 г.), «Беспредел в супермаркете: “Охранники прыгали на мне и сломали ребра!”» (17.01.2016г.), «Четыре выстрела и четыре смерти: убийца или защитник семьи?» (18.01.2016 г.) и т.д.

Следующая тема – **проблема внешнего вида** – не редко обсуждается в «Прямом эфире», примерно раз в месяц. Многие девушки стремятся приблизить свою фигуру или лицо к тем стандартам, которые диктуют мода и

глянцевые журналы. Для этого существуют не только диеты, но и хирургические способы похудения. Не все операции проходят успешно, и желаемый результат не бывает достигнут. Об этом рассказывают следующие выпуски ток-шоу: «По живому: девушка умерла во время пластической операции от болевого шока» (8.10.2015 г.), «Переменная масса: больная анорексией поправилась до 200 кг» (23.11.2015г.), «Смертельный глянец: средства для похудения убили известного продюсера» (16.02.2016 г.), «Тайная операция: жизнь с чужим лицом» (19.02.2016 г.), «Модный недуг: мой вес таял, а я умирала» (17.03.2016 г.). Некоторые выпуски кажутся абсурдными, например «18 миллионов за 10 кг. Растолстевшая девушка подает в суд на тех, кто ее кормил» (27.01.2016 г.).

Ток-шоу «Прямой эфир», как и «Пусть говорят», не первый год предоставляют возможность гостям программы сдать тест на ДНК, с целью привлечения аудитории за счет интриги. Это новшество обеспечивает телепередачам еще большую скандальность. Поэтому, можно выделить отдельную группу выпусков, объединенных темой ДНК. Она прослеживается в ток-шоу с периодичностью раз в месяц. В основном, эту процедуру проходят звезды шоу-бизнеса и эстрады, привлекая к себе внимание зрителей: «“Я требую тест ДНК!” Бывшая жена Малинина встает на защиту дочери» (2.02.2016 г.), «ДНК для звезды: мать известного певца хочет избавиться от больной внучки» (14.03.2016 г.), «“Она родила от любовника-олигарха!” Муж скандальной телезвезды требует тест ДНК» (4.05.2016 г.) и т.д. В программе освещаются истории обычных людей, тест ДНК придает им скандальный характер: «“Он ушел от меня к богатой!” Бедные родственники требуют тест ДНК» (11.05.2016 г.), «3 теста ДНК: мать четверых детей выбирает богатого папу» (18.05.2016 г.), «Бедная Настя: дочь посудомойки требует ДНК от «мальчика из хорошей семьи» (1.06.2016 г.).

Тему молодежи можно разделить на две группы:

1. Проблемы подростков;
2. «Золотая» молодежь.

Психологи отмечают, что многие подростки имеют так называемое «чувство взрослости», когда они стремятся к взрослой жизни и претендуют на равные со взрослыми права, заявляя о «своей личной жизни». Отсюда: курение, распитие алкоголя, употребление наркотиков, ранние половые связи и т.д. «Прямой эфир» освещает подобные проблемы, например, «Изнасиловал или соблазнила? Девушка с вечеринки МАДИ на очной ставке» (16.10.2016 г.), «Взрослая беда юной мамы: “Не разлучайте меня с дочкой!”» – о 14-летней девушке, которая уже стала мамой. «Экзамен на зрелость: старшеклассники глумились над сиротой» (25.06.2016 г.) – выпуск программы о жестокости молодежи. Поднимая подобные проблемы, телевидение тем самым предоставляет детям отрицательный пример для подражания.

Тему «золотой» молодежи программа поднимает неоднократно. Поведение молодых людей возмущает общественность, но результативности мы не наблюдаем – в студии происходит всего лишь обсуждение поступков «золотой» молодежи: «Смертельный эксклюзив: новые гонки «золотой» молодежи» (9.10.2015 г.), «Золотая молодежь: “Мой папа вас всех посадит!”» (15.10.2015 г.), «Бриллиантовый» мальчик на горящем «Феррари» (20.10.2015 г.), «“Ничего нам за это не будет!” VIP-правила прожигателей жизни» (27.05.2016 г.).

Выполнив тематический анализ ток-шоу «Прямой эфир», мы можем сформулировать следующие наблюдения:

– в исследуемом ток-шоу подача проблематики упрощена, решений серьезных проблем в передаче не наблюдается. Проблемы рассматриваются поверхностно;

– каждый выпуск в той или иной степени похож на ранее вышедшие в эфир передачи. Это говорит о том, что существуют стереотипные сюжеты, на которые опираются редакторы «Прямого эфира»;

– программа ориентирована на аудиторию, целью которой является развлечение.

Таким образом, ток-шоу является «низким», бытовым жанром с характерной для него тематикой. Ток-шоу обычно не касаются социально-политических вопросов, никогда не затрагивают проблемы, которые выходят за пределы страны вещания.

2.2. Структурная характеристика ток-шоу «Прямой эфир»

Каждый жанр имеет свою структуру. В ней важное место отводится сценарию телепередачи. Он под каждый выпуск пишется отдельно, где описывается ход развития темы. В жанре ток-шоу изначально заложена импровизация как способ подачи материала, но в то же время он имеет свой определенный сценарий. «Сценарная разработка «разговорного представления» – некое русло, приготовленное для того, чтобы точно направить поток мыслей приглашенных людей, обозначить постановку проблемы и линию поведения ведущего, продумать возможные выводы» [Кузнецов 2004, с. 93].

Написание **сценария** является частью подготовительного периода, в котором участвует вся съемочная команда, его можно разбить на несколько ступеней:

- 1) Сценарный план изначально обсуждают режиссер, оператор, звукорежиссер;
- 2) Далее происходит разработка общего плана реализуемого ток-шоу;

- 3) Формируется композиционная структура ток-шоу;
- 4) Ориентируются роли и места каждого участника передачи, происходит знакомство с ведущим;
- 5) Во многих ток-шоу используется изобразительный материал (фото, видео), который необходимо подобрать, смонтировать и т.д.
- 6) В последний этап подготовительной работы входит окончательное утверждение художественного оформления.

В ходе съемки телепередачи, важную роль играет ведущий – зная концепцию ток-шоу и имея при себе сценарий, он контролирует, чтобы все участники его придерживались. Ведущий следит за временем выступления каждого гостя или эксперта, т.к. по сценарию предоставляется каждому участнику определенное количество времени на высказывание. «Ведущий должен обладать чувством времени. <...> Чувство времени позволяет наладить правильный ритм разговора. Дать возможность высказаться всем, кто должен высказаться, и мягко прервать тех выступающих, которые «пробуксовывают». Как правило, чувство времени приходит с годами и опытом, но бывают люди, у которых это в крови» [Зверева 2009, с. 22].

Задача ведущего ток-шоу – контролировать заданную структуру передачи, удержать накаленную обстановку в студии, сохранить спонтанность и не допустить потери предмета спора, но не являться его участником. Так как ведущий – журналист, он должен придерживаться принципа объективности, тем самым принять нейтральную сторону. «Ведущему ток-шоу мало видеть и слышать, надо уметь реагировать. Быстрота реакции – одно из важнейших качеств ведущего массовых программ. <...> У него должна быть огромная уверенность в себе иногда даже наперекор всем и всему. Не случайно Савик Шустер свою программу «Свобода слова» на НТВ начинал с фразы: «В этой программе свободу слова ограничивают только время и я, Савик Шустер».

Заявление выглядит самоуверенно, но при этом четко расставляет все по местам и подчеркивает лидерство ведущего, давая ему право прерывать собеседника и руководить дискуссией» – подтверждает наши мысли Н.В. Зверева [Зверева 2009, с. 27].

К.В. Вилкина, изучив драматургию развлекательных и интеллектуальных ток-шоу, пришла к выводу, что любое ток-шоу можно сравнить со спектаклем, т.к. их общая составляющая – **драматургия**: «Прежде всего, под драматургией подразумевается способ организации материала и приемы динамизации зрительского интереса, а также приемы, вызывающие зрительское, эмоциональное сопереживание. Отследить сценарную последовательность, динамику действия, фабулу а так же ролевую систему участников, иными словами – драматургию в любом ток-шоу достаточно легко [Вилкина 2013, с.1].

Элементы драматургии, такие как сюжет, фабула, конфликт и композиция, присутствуют в каждом ток-шоу. По мнению Кузнецова, их композиционная структура устойчива и включает в себя: зачин – развитие – кульминацию – развязку [Кузнецов 1988, с. 59].

Зачин содержит в себе три действия:

- 1) Ведущий приветствует аудиторию;
- 2) Обозначает тему выпуска;
- 3) Представляет участников, гостей и экспертов.

В ток-шоу «Прямой эфир» ведущим сразу озвучивается история героя эфира. Постановка темы дальнейшего обсуждения сопровождается видео-материалом. Далее Борис Корчевников представляет главного героя, как в выпуске «Жена хоккеиста Телегина: “Муж закрутил роман с Пелагеей, когда я была беременна...”» (6.06.2016г.).

Видеоролик всегда присутствует в начале программы до, либо во время постановки проблемы. Например, в выпуске «Беспредел в супермаркете: “Охранники прыгали на мне и сломали ребра!”» (17.02.2016 г.) программа начинается с нарезки видео, снятых камерами наблюдения магазинов, запечатлевших агрессивное поведение охранников, далее – постановка темы, сразу после – представление героя и его выход в студию:

«(Комментирует видеоряд) Эти кадры сделаны на юге Москвы. Двое мужчин – двое охранников магазина – пытаются усмирить мужчину в синей куртке. Они с силой отрывают его руки от поручня и в какой-то момент им с трудом это удается. Через мгновение все трое падают на пол. Ожесточенная схватка разворачивается на глазах ошарашенных посетителей магазина. Что стало причиной такой агрессии? Почему охранники применили силу, и что покажет очная ставка между двумя сторонами конфликта. Сегодня пострадавший посетитель и охранник здесь, в студии «Прямого эфира». Человек в синей куртке – Владимир Шабатин».

Важно отметить, что экспертов, находящихся в первом ряду, ведущий не представляет. Только во время выступления эксперта-аналитика появляются титры, в котором обозначены имя, фамилия и сфера деятельности, например, «НАТАЛЬЯ ХОРОХОРИНА заслуженная артистка России». Проанализировав зачин «Прямого эфира», мы выявили, что в ток-шоу упущено приветствие аудитории как основного элемента зачина.

Далее наступает основная часть выпуска, которая состоит из **развития** и **кульминации**. В развитие входит обсуждение обозначенной темы, в ходе которого раскрываются характеры героев и даются все подробности. В исследуемом нами ток-шоу этап развития происходит следующим образом: в студию приглашается главный герой программы, с которым беседует ведущий, задавая ему вопросы. Диалог ведущего и героя постепенно превращается в

общение героя со многими присутствующими гостями и экспертами, а позже – в полилог, что обеспечивает представление разных точек зрения. В студию приглашаются близкие люди со стороны главного героя, которые поддерживают их позицию.

После второй рекламной паузы в студии появляются герои, придерживающиеся иной точки зрения. Здесь наступает следующая стадия композиционной структуры – **кульминация** – высшая точка воплощения конфликта. Происходит так называемая очная ставка – столкновение двух сторон. Нередки случаи, когда охрана и сам ведущий были вынуждены разнимать драку.

В ходе передачи Борис Корчевников не раз говорит о ее результативности. Например, в выпуске «Жена хоккеиста Телегина: “Муж закрутил роман с Пелагеей, когда я была беременна...”» (6.06.2016 г.) ведущий убеждает героиню: *«Женя, не бойтесь. Почему же вы не договариваете, вы уже пришли сюда. Давайте, скажите все как есть. Мы же реально можем помочь вам разобраться в этой ситуации. Ёлки-палки, мы пытаемся пол программы понять, что произошло, а о главном вы молчите!»*. В конце программы ведущий предоставляет слово главной героине, чтобы она на камеру обратилась к отцу своего ребенка. Решения проблемы не последовало.

Развязка – завершение конфликта – в основном состоит из слов благодарности ведущего, подведения итогов и оглашения вывода, прощальных слов. В «Прямом эфире», как мы уже упоминали, решения проблемных ситуаций не происходит, выводов ведущий также не озвучивает. Вместо вывода, Борис Корчевников дает свой комментарий или даже совет, обращаясь к телезрителям, а затем прощается коротким «До свидания».

В данной структуре развлекательного ток-шоу обязательными элементами выступают также коллизии и перипетии сюжета. Под коллизией

(лат. *collisio* – столкновение) принято понимать один из очередных поворотов сюжета, вызванный столкновением интересов действующих лиц или вмешательством каких-либо обстоятельств. Возникновение новой, очередной коллизии развивает сюжет, поворачивает его в неожиданную для зрителя сторону. Понятие перипетии в общем схоже с коллизией. Говоря о перипетиях сюжета, имеют в виду неожиданные обстоятельства, препятствия, вызывающие осложнения или перемены в жизни героев либо в ходе развивающегося конфликта.

Структура ток-шоу «Прямой эфир» рассчитана на массовую аудиторию и построена на учете ее интересов. Это можно проследить с самого начала: ведущий приветствует телезрителей, т.е. обращается к массовому адресату. Ток-шоу спустя определенное время прерывает рекламная пауза с заставкой передачи. Это определяет кардинальное изменение хода беседы, либо ее логическую завершенность. После рекламы ведущий снова обращается к телезрителю, напоминая о теме обсуждения, если поменялись гости, представляет их аудитории. Такие напоминания полезны тем зрителям, которые смотрят ток-шоу не с начала и вводят их в круг обсуждаемых проблем [Барабаш 2003, с. 55].

Таким образом, ток-шоу «Прямой эфир» имеет четко сконструированный план:

1. Приветствие ведущего телезрителей;
2. Видеосюжет является презентацией темы с комментарием ведущего;
3. Выход героев;
4. Интервью, диалог;
5. Мнения экспертов, полилог;
6. Общая оценка проблемы, но не ее решение;
7. Прощание ведущего с телезрителями.

2.3. Стратегия ток-шоу «Прямой эфир»

Структура ток-шоу «Прямой эфир» является частью его стратегии, также как и выбор обсуждаемых тем. Цель исследуемого ток-шоу – развлечение публики, предоставление скандальных историй, которые заинтересуют телезрителей. Для достижения заданной цели необходимо четко сконструированная стратегия.

Стратегия, или план поведения, детерминируемая намерением и целью, является определяющим фактором в осуществлении выбора тех способов и средств, которые позволяют достичь цели, насколько это возможно, в соответствии со знаниями (опытом), желаниями и установкой субъекта, стоящими за планом действий [Касенкова 2000, с. 19].

По мнению исследователя, доктора филологических наук С.А. Сухих, вопрос о стратегии решается с нескольких точек зрения: когнитивной, семантической, социальной, функциональной, психологической, рассматривается в рамках прагмалингвистики. «В прагмалингвистике понятие стратегии интерпретируется как общий план ведения диалога, схема речевых действий. Суть применения некоторой стратегии со стороны А заключается в организации своих речевых воздействий на Б в ходе цикла или фазы общения, таким образом, чтобы их результатом было изменение значений релевантных параметров Б в нужном для А направлении» [Сухих, Зеленская 1998, с. 42].

Для достижения поставленной цели, необходим выбор определенных речевых средств, которую определяет некая схема, т.е. речевая стратегия.

Российский лингвист А.П. Сковородников, автор более 200 научных публикаций, писал: «Речевая стратегия – это общий план, или «вектор», речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных

говорящим/пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания речевой ситуации в целом и направленная на достижение конечной речевой цели (целей) в процессе речевого общения» [Сковородников 2004, с. 6].

В современных телевизионных развлекательных ток-шоу основной структурообразующей стратегией является конфликт. Это подтверждают Л. К. Граудина и Е.Н. Ширяев, которые дифференцируют речевые стратегии на две группы:

- 1) кооперативные стратегии;
- 2) некооперативные.

К кооперативным стратегиям относятся различные типы информативных и интерпретативных диалогов (например, сообщение информации, выяснение истинного, положения вещей и др.). К некооперативным стратегиям относятся диалоги, в основе которых лежит нарушение правил речевого общения – доброжелательного сотрудничества, искренности (например, конфликты, ссоры, угрозы, проявление агрессии и др.) [Граудина, Ширяев 2009, с. 73 – 74].

В ток-шоу «Прямой эфир» провокатором речевого конфликта между участниками является ведущий Борис Корчевников. В сценарии определены все действия ведущего, обеспечивающие конфликтную ситуацию, а также содействующие вовлечению в конфликт других лиц, например, экспертов. Поэтому, чтобы ток-шоу привлекало телезрителей, необходима определенная коммуникативная установка, которая диктует выбор речевой стратегии.

Исследователь И. И. Гулакова определила следующие виды речевых стратегий:

- 1) конфронтационная;
- 2) нейтральная;

3) кооперативная [Гулакова 2004, с. 70].

Стратегия первого типа включает в себе достижение собственных интересов, не беря во внимание интересы других лиц, т.е. направлена против других участников конфликта. Конфронтационная стратегия демонстрирует самоутверждение одного за счет других. В исследуемом нами ток-шоу данная стратегия присутствует и является основной речевой стратегией ведущего, т.к. его основная задача – поддерживать конфликтогенную ситуацию, преднамеренно созданную им.

К данной стратегии относится **речевая агрессия**, при которой оппоненты используют для достижения своих целей обвинения, оскорбления, критику и т.д. **Манипулирование** реализуется в прерывании собеседника, угрозах, давления и т.д. В.Е. Чернявская манипуляцию интерпретирует так: «речевое воздействие, направленное на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий; как скрытое внедрение в его сознание желаний, 90 отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата. Цель речевой манипуляции - склонить манипулированное лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов» [Чернявская 2006, с. 19].

В. С. Дудченко определяет **нейтральную стратегию** как стратегию избегания, т.е. уход от конфликта. «Избегание» ситуации проявляется в отсутствии у участника общения желания как-либо активно сотрудничать с партнером по поводу появившихся разногласий или приложить усилия для реализации личных речевых целей и интересов в пользу целей и интересов партнера.

Кооперативная стратегия речевого поведения отличается «установкой в общении на партнера по коммуникации. Один (или оба) из участников

коммуникации желает направить сложившуюся конфликтную ситуацию в благоприятное русло, употребляя разные регулятивные способы». Подобно конфронтационной, кооперативная речевая стратегия направлена на максимальное осуществление участниками конфликта личных интересов, но кооперативным, «мирным» путем. Данная линия поведения определяется как «конструктивная» – работа с конфликтом, ведение переговоров, перевод конфликта в рациональную плоскость, использование методов регулирования конфликта и его разрешения [Дудченко 2001, с. 46].

В ток-шоу «Прямой эфир» ведущий использует несколько выделенных нами речевых стратегий. Как пишет А. С. Вартанов, «задача жанра ток-шоу – активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче, с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения» [Вартанов 2003, с. 44]. Поэтому, в исследуемом нами ток-шоу, опираясь на классификацию Гулаковой, мы наблюдаем наличие конфронтационной и кооперативной стратегий.

Исходя из задач жанра ток-шоу, **конфронтационная стратегия** присутствует в таких передачах однозначно. Соответственно, в «Прямом эфире» данная речевая стратегия является основной стратегией участников передачи, а также ведущего Бориса Корчевникова. Внутри данной стратегии мы выделили два подвида – манипулирование и речевую агрессию.

Стратегия манипулирования реализуется с помощью тактик, таких как:

- давления;
- прерывания собеседника;
- выуживания информации;
- совета;
- уточнения;
- оценки проблемы;

- иллюстрирования;
- аргументирования;
- привлечения внимания;
- провокации;
- просьбы.

Анализируя ток-шоу «Прямой эфир», в речи Бориса Корчевникова четко прослеживаются тактики давления, прерывания собеседника, просьбы, провокации, выуживания информации.

Тактика выуживания информации является основной в речи ведущего. Она необходима Борису Корчевнику для того, чтобы усилить конфликтную ситуацию, либо для провоцирования героя на бурные эмоции, как в выпуске «Оставили на скамейке и ушли: сын ищет родную мать» (12.05.2016 г.): «23 года ты ищешь родную маму. Зачем?»

Тактику провокации ведущий использует для поддержания конфликтной ситуации, например: «А как это вы определяете, бьет мужик свою жену или нет? По глазам видно?» («Бедная Настя: дочь посудомойки требует тест ДНК от «мальчика из хорошей семьи» 1.06.2016г.), «То есть вас он за женщину не считает?» «“Басков, перепиши песню!” Что ответит певец самой маленькой модели» 29.03.2016г.).

Тактика давления на гостя ведущий использует только в том случае, когда кто-то из сторон вынуждены идти на уступки: «От тебя откажутся третий раз, третий раз тебя предадут! («Оставили на скамейке, и ушли: сын ищет родную мать». 12.05.2016 г.).

Тактика прерывания собеседника предназначена для остановки гостя, когда ход его мыслей не нравится, либо не выгоден ведущему: «Подождите, подождите. Давайте вернемся к предыдущей истории» («Звездный развод: от Лолиты ушел молодой муж?» 1.04.2016г.).

Речевая агрессия в основном присутствует в речи конфликтующих участников программы и представлена в виде оскорблений, осуждения и т.д.

В.С. Третькова объясняет причину альтернативности данной стратегии:

1. выбором поведения с активным воздействием на партнера по общению;
2. использованием негативных лексических средств;
3. доминированием роли говорящего;
4. нарушением речевых норм поведения;
5. навешиванием ярлыков;
6. использованием прямых и косвенных оскорблений и др.

[Третькова 2000, с. 150].

Что касается **кооперативной стратегии**, то она является второстепенной, но также присутствует в каждом выпуске. Данная речевая стратегия проявляется в процессе общения ведущего с гостями, с целью установки контакта. Опираясь на диссертационное исследование М.С. Ковериной, в ток-шоу «Прямой эфир» также можем выделить некоторые тактики. Они реализуют кооперативную стратегию речевого поведения. К ним относятся:

- начало/установление речевого общения (контакта);
- продолжение речевого общения;
- открытые вопросы;
- закрытые вопросы;
- оценка проблемы;
- иллюстрирование;
- поддержка;
- согласие;
- привлечения внимания;
- благодарности;

– обещания [Коверина 2015, с. 88 – 89].

Манипулирование аудиторией и гостями обеспечивает их расположение к себе. Например, в ток-шоу «Прямой эфир» прослеживается **тактика поддержки героя**: *«Мы понимаем вас, вам было очень тяжело»* («Сестра за семью морями: разлученные в детстве встретятся через 20 лет». 22.04.2016г.). Таким образом ведущий создает себе образ понимающего и сочувствующего человека, которому можно довериться.

Тактика привлечения внимания создает впечатление заинтересованности ведущего, который выделяет конкретную ситуацию, например: *«Обратите, пожалуйста, внимание на эту женщину... Она – сильнее всех нас вместе взятых»* («Новая трагедия ливийской пленницы: почему ее предал муж?») 13.04.2016г.).

Тактика обещания дает героям программы уверенность в результативности передачи, в серьезном отношении окружающих к их проблеме: *«Мы обязательно достучимся до вашей дочери!»* («От анорексии до ожирения: дети звезд бесятся с жиру?») 6.04.2016г.).

В ток-шоу «Прямой эфир» мы наблюдаем ряд стратегий, которые обуславливаются жанром данной программы, ее развлекательной направленностью, поэтому конфронтационные стратегии преобладают над кооперативными.

Выводы к главе II

Тематический анализ современного развлекательного ток-шоу «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым, а также его рассмотрение с точки зрения структурообразующих элементов и стратегии, мы пришли к выводу, что:

1. На основе тематического анализа исследуемой нами телепередачи, мы определили, что данное ток-шоу относится к узкоспециализированным, т.к. тематика «Прямого эфира» направлена на обсуждение конфликтных историй. Суть таких программ заключается не в поиске решений проблемы, а только в ее обсуждении;

2. Темы, обсуждаемые в «Прямом эфире»: «звезды» шоу-бизнеса и эстрады, семейно-бытовые (интимные и проблемы «отцов и детей»), криминальные, ДНК, молодежи (подростки, «золотая» молодежь), темы, связанные с проблемами внешнего вида. Таким образом, тематика данного ток-шоу говорит о том, что оно является бытовым жанром, которое не касается социально-политических вопросов, и тех проблем, которые являются социально-значимыми;

3. Сценарный план, которого придерживается ведущий, строится на структуре данного ток-шоу. Ведущий, имея при себе сценарий, знает концепцию ток-шоу и контролирует, чтобы все участники ее придерживались;

4. Ток-шоу имеет элементы драматургии: сюжет, фабула, конфликт и композиция. Их композиционная структура устойчива и включает в себя: зачин – развитие – кульминацию – развязку;

5. Главной стратегией, образующей структуру ток-шоу «Прямой эфир» является конфронтационная стратегия, а кооперативная – второстепенная;

6. Конфронтационная стратегия имеет две подгруппы: манипулирование (провокация, прерывание собеседника, совет, уточнение, оценка проблемы, иллюстрирование, давление, просьба) и речевая агрессия (возмущение, упреки);

7. Второстепенная кооперативная стратегия (поддержка героя, привлечение внимания, обещание и т.д.) проявляется в процессе общения ведущего с гостями, с целью установки контакта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На современном российском телевидении самым популярным является диалогический жанр ток-шоу, который был заимствован в 1960-е гг. с целью коммерциализации. С тех пор характер телепередач данного жанра изменился.

Современное телевизионное ток-шоу не выполняет свои функции, т.е. будучи аналитическим жанром, не приносит результативности и эффективности. Обсуждение в студии какой-либо проблемы только имеют внешние признаки аналитической программы. За этими признаками на первом месте стоит рекреативная функция, т.е. главная задача современных ток-шоу – заполнить свободное время телезрителей, снять напряжение, обеспечить эмоциональную разрядку.

Для того, чтобы разобраться в проблеме коммерциализации жанра ток-шоу и его развлекательности, мы исследовали тематику современного ток-шоу, его стратегии и структуру, а также разобрались в теоретическом обосновании жанра.

Задачи жанра в современных телевизионных ток-шоу реализуются не полностью, т.е. создание из обыденной темы всесторонне интересную программу с элементами интриги и привлечение внимания и формирование определенного отношения к обсуждаемой теме присутствуют в каждом выпуске любого современного развлекательного ток-шоу, а поиск пути решения проблемы, наоборот, отсутствуют.

Ток-шоу отличается необычайной тематической и функциональной широтой жанровой разновидности. По тематике ток-шоу делятся на: политические, социальные, культурно-просветительские и бытовые.

Политические ток-шоу поднимают проблемы политических ситуаций в стране, обсуждают и анализируют введение законопроектов, эксперты дают

свой прогноз развития тех или иных событий в стране. **Социальные ток-шоу** обсуждают общественные проблемы и поднимают вопросы о безработице, курении, наркомании и т.д. Предлагаются пути решения тех или иных социальных проблем. **Культурно-просветительские** рассматривают общее состояние культуры, искусства, а также обсуждают ситуации в сфере образования и просвещения. **Бытовые ток-шоу** затрагивают сферу житейских отношений. Здесь дают советы по обустройству быта, воспитанию детей.

Проблема коммерциализации объясняется стремлением к экономической выгоде, поэтому российские ток-шоу стали копировать признаки западных телепрограмм, к которым относятся легкость разговора, артистизм ведущего. Кроме этого, закупались форматы у зарубежных телекомпаний, что гарантировало снижение рисков, т.к. сама идея и эффективность купленного продукта были проверены, что гарантировало успех и прибыль. Для этого необходимо привлечение большого контингента аудитории. В итоге, на телевидении произошел функциональный сдвиг в развлечение. Это подтверждает анализ тематики ток-шоу.

Исследуемое нами ток-шоу «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым является типичным представителем жанра современного ток-шоу. Данное ток-шоу относится к узкоспециализированным, т.к. тематика «Прямого эфира» направлена на обсуждение конфликтных историй: «звезды» шоу-бизнеса и эстрады, семейно-бытовые (интимные и проблемы «отцов и детей»), криминальные, ДНК, молодежи (подростки, «золотая» молодежь), темы, связанные с проблемами внешнего вида. Суть таких программ заключается не в поиске решений проблемы, а только в ее обсуждении. Таким образом, тематика исследуемого нами ток-шоу говорит о том, что оно является бытовым жанром, которое не касается социально-политических вопросов, и тех проблем, которые являются социально-значимыми.

Конфронтационная стратегия в подобных ток-шоу является первостепенной. Она делится на манипулирование (провокацию, прерывание собеседника, совет, уточнение, оценку проблемы, иллюстрирование, давление, просьбу) и речевую агрессию (возмущение, упреки). Второстепенная кооперативная стратегия (поддержка героя, привлечение внимания, обещание и т.д.), в свою очередь, проявляется в процессе общения ведущего с гостями, только с целью установки контакта.

В ток-шоу «Прямой эфир» провокатором речевого конфликта между участниками является ведущий Борис Корчевников. В сценарии определены все действия ведущего, обеспечивающие конфликтную ситуацию, а также содействовать вовлечению в конфликт других лиц, например, экспертов. Поэтому, чтобы ток-шоу привлекало телезрителей, необходима определенная коммуникативная установка, которая диктует выбор речевой стратегии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Американская дочь Малинина взывает к отцу» (5.10.2015 г.);
2. «“Волочкова соблазнила моего мужа! ” Жена известного олигарха против балерины-разлучницы» (12.10.2015 г.);
3. «По живому: девушка умерла во время пластической операции от болевого шока» (08.10.2015 г.);
4. «Смертельный эксклюзив: новые гонки «золотой» молодежи» (09.10.2015 г.);
5. «Золотая молодежь: “Мой папа вас всех посадит!”» (15.10.2015 г.);
6. «Изнасиловал или соблазнила? Девушка с вечеринки МАДИ на очной ставке» (16.10.2015 г.);
7. «Бриллиантовый» мальчик на горящем «Феррари» (20.10.2015 г.);
8. «Звездный дебош: Крис Кельми и Валерий Леонтьев в центре скандала» (03.11.2015 г.);
9. «Королева красоты: Виктория Лопырева отеклась от больной раком сестры» (05.11.2015 г.);
10. «Развод с телезвездой: “Он не коснется моего тела и не осквернит мою душу!”» (18.11.2015 г.);
11. «Звездный дуэт: “Я изменяла, а он прощал...”» (19.11.2015 г.);
12. «Переменная масса: больная анорексией поправилась до 200 кг» (23.11.2015г.);

13. «Не все золото, что блестит: роскошь балерины» (07.12.2015 г.);
14. «Взрослая беда юной мамы: “Не разлучайте меня с дочкой!”» (15.12.2015 г.);
15. «Семейные расстановки: сын миллиардера убил мать после тренингов?» (16.12.2015 г.);
16. «Свидетель служебного романа: новый поворот в деле белгородского врача» (14.01.2016 г.);
17. «Беспредел в супермаркете: “Охранники прыгали на мне и сломали ребра!”» (17.01.2016г.);
18. «Четыре выстрела и четыре смерти: убийца или защитник семьи?» (18.01.2016 г.);
19. «Отец или мать: кто убил «неудобного» сына?» (25.01.2016 г.);
20. «18 миллионов за 10 кг. Растолстевшая девушка подает в суд на тех, кто ее кормил» (27.01.2016 г.);
21. «Волочкова: взлеты и падения королевы скандалов» (28.01.2016 г.);
22. «Невыученные уроки: приемный сын стал убийцей матери» (29.01.2016 г.);
23. «“Я требую тест ДНК! ”» Бывшая жена Малинина встает на защиту дочери» (02.02.2016 г.);
24. «Кто убил «неудобного» сына: мачеха проходит детектор лжи» (11.02.2016 г.);

25. «Смертельный глянец: средства для похудения убили известного продюсера» (16.02.2016 г.);
26. «Тайная операция: жизнь с чужим лицом» (19.02.2016 г.);
27. «Его называли господином. Звездный модельер избивал сотрудниц?» (25.02.2016 г.);
28. «Невиновный: кто выбросил малыша?» (26.02.2016 г.);
29. «Исповедь учительницы немецкого: “Меня объявили мучительницей сына!”» (11.03.2016 г.);
30. «ДНК для звезды: мать известного певца хочет избавиться от больной внучки» (14.03.2016 г.);
31. «Модный недуг: мой вес таял, а я умирала» (17.03.2016 г.);
32. «“Басков, перепиши песню!” Что ответит певец самой маленькой модели» (29.03.2016 г.);
33. «Молодая муза народного артиста» (30.03.2016 г.);
34. «Звездный развод: от Лолиты ушел молодой муж?» (01.04.2016 г.);
35. «“Она родила от любовника-олигарха!” Муж скандальной телезвезды требует тест ДНК» (04.05.2016 г.);
36. «От анорексии до ожирения: дети звезд боятся с жиру?» (06.04.2016 г.);
37. «Новая трагедия ливийской пленницы: почему ее предал муж?» (13.04.2016 г.);

38. «Сестра за семью морями: разлученные в детстве встретятся через 20 лет» (22.04.2016 г.);
39. «“Он ушел от меня к богатой!” Бедные родственники требуют тест ДНК» (11.05.2016 г.);
40. «Оставили на скамейке и ушли: сын ищет родную мать» (12.05.2016 г.);
41. «3 теста ДНК: мать четверых детей выбирает богатого папу» (18.05.2016 г.);
42. «“Ничего нам за это не будет!” VIP-правила прожигателей жизни» (27.05.2016 г.);
43. «Бедная Настя: дочь посудомойки требует ДНК от «мальчика из хорошей семьи» (01.06.2016 г.);
44. «Жена хоккеиста Телегина: “Муж закрутил роман с Пелагеей, когда я была беременна...”» (06.06.2016г.);
45. «Экзамен на зрелость: старшеклассники глумились над сиротой» (25.06.2016 г.).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апресян, Г.З. Ораторское искусство / Г.З. Апресян // — М.: Изд. МГУ, 1978. – С. 171.
2. Акинфьев, С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры [Текст] / С. Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. - 2008. - № 6.- С. 23-28.
3. Барабаш, Н. А. Телевидение и театр: игры постмодернизма / Н. А. Барабаш. – М.: МПГУ, - 2003. – 182 с.).
4. Бирбом, М. Хозяин ток-шоу [Текст]/ М.Бибром // Спутник-ТВ. – 2005. - №7. – С. 11-13.
5. Буданцев, Ю.П. Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов / Ю.П. Буданцев. - М., 1993.
6. Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках: учеб. пособие / А.С. Вартанов. – М.:Высшая школа, 2003. С. 26.
7. Васильев, С. А. Отечественный телевизионный рынок: возникновение, становление и тенденции развития / С. А. Васильев // Мир России. – 1997. - № 1. – С. 3 - 23.
8. Винокур, Т. Г. О языке современной драматургии / Т. Г. Винокур // Языковые процессы современной русской художественной литературы. Проза. – М. : Наука, 1977. – С. 130–198.
9. Вилкина К.В. Драматургия развлекательных и интеллектуальных ток-шоу /К.В. Вилкина // Сибирский федеральный университет Институт филологии и языковой коммуникации, 2013. – С. 1.

10. Гаймакова, Б.Д. Мастерство эфирного выступления: учебное пособие / Б.Д. Гаймакова, С.К. Макарова, В.И. Новикова, М.П. Оссовская. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 283 с.
11. Голованова, М.Г. Фестиваль, объединяющий регионы [Текст] / М.Г. Голованова // Техника кино и телевидения. – 1997. - №6. – С. 34.
12. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 28.11.2015, с изм. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) «Объекты авторский прав» ч.4, ст.1259.
13. Граудина, Л.К. Культура русской речи: учебник для вузов / отв. ред. Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М.: НОРМА, 2009. – 560 с.
14. Гулакова, И.И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 : 10.02.19 / Гулакова Ирина Ивановна. – Орел, 2004. – 152 с.
15. «Да» и «нет» не говорите, отвлекайте, веселите! //Журналист. – 2012. - №10. – С.7.
16. Дудченко, В. С. Трансформация конфликта / В. С. Дудченко // В контексте конфликтологии: диагностика и методология управления конфликтной ситуацией. – М.: Изд-во института социологии РАН, 2001. – № 3. – С. 43–51.
17. Засурский, Я. Н. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский // - М., 2003.
18. Засурский, Я. Н. Телерадиоэфир: история и современность / Я.Н. Засурский // - М., 2005.
19. Зверева, Н.В. Школа тележурналиста. – Нижний Новгород: Издательский дом Минакова, 2009. – 272 с.

20. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистском творчестве: учебное пособие / С.Н. Ильченко. - СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2003.

21. Капишникова, А. В. Лингвистические средства управления дискурсом (на материале американских радиопередач ток-шоу) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Капишникова Алла Владимировна. – М., 1999. – 23 с.

22. Качкаева, А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации / А.Г. Качкаева // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2010. — № 10. — С. 44.

23. Касенкова, Т. Н. Речевые стратегии как модуляция перспективы языкового отображения мира : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Касенкова Татьяна Николаевна. – Краснодар, 2000. – 164 с.

24. Кузнецов, Г.В. Ток-шоу: неизвестный жанр? [Текст] / Г.В. Кузнецов // Журналист. – 1998. - №11. – С.59.

25. Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ: учеб. пособие / Г.В. Кузнецов. – М.: Издательство Московского университета, 2004.

26. Коверина, М.С. Стратегии и тактики жанра телевизионного ток-шоу / М.С. Коверина // - М.: Изд-во Московского городского педагогического университета, 2015. – С. 88-89.

27. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста / Л.Е. Кройчик // Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. - СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП. - 2000.

28. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н. Ким. - М., 2004.

29. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. - М., 2000.

30. Леонтьев, А.А. Психология общения: учеб. пособие /А.А. Леонтьев. – 3-е изд. – М.: Смысл, 1999. – 365 с.
31. Лукина, М. Технология интервью / М. Лукина. - М, 2003.
32. Матвеева, Л.В. Психология телевизионных коммуникаций / Л.В.Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова. - М., 2004.
33. Мельник, Г.С. Общение в журналистике: секреты мастерства / Г.С. Мельник. - СПб.: Питер, 2005.
34. Милан Крум. Феномен ток-шоу: лекарство или яд для души? / К. Милан // Литературная газета. - 2000. - № 3.
35. Муратов, С.А. Диалог: Телевиз. общение в кадре и за кадром: учеб. пособие / С.А. Муратов. — М: Искусство, 1983. — 159 с.
36. Муратов, С. А. Пристрастная камера / С.А. Муратов. М.: Аспект Пресс, 2004. – 322 с.
37. Несравнимые вещи. // Московский комсомолец. – 2013. – 22 февраля.
38. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество: учеб. пособие / В.Ф. Олешко // - М.: РИП-холдинг.
39. Прохоров, Е.Г. Введение в теорию журналистики / Е.Г. Прохоров. - М., 2003.
40. Прямой эфир [Электронный ресурс] // Официальный сайт программы «Прямой эфир» - Электрон. Дан. – Режим доступа: rguatoj-efir.ru – Загл. с экрана. - Рус.яз.
41. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учеб. пособие: под общ. ред. Я.Н. Засурского / О.Р. Самарцев. - М.: Академический Проект, 2007.
42. Сковородников, А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистика фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А. П. Сковородников //

Риторика↔Лингвистика. Вып. 5: сборник статей. – Смоленск: СГПУ, 2004. – С. 5–11.

43. Суховеева, И.А. Криминально-правовые программы на российском телевидении: эволюция и современность / И.А. Суховеева // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. - 2011. - №18 (113). - С. 20-28.

44. Сухих, С. А. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса / С. А. Сухих, В. В. Зеленская. – Краснодар. : Кубанский государственный университет, 1998. – 159 с.

45. Телемост 90-х годов - типология жанра и технология производства / Средства массовой информации в современном мире [Электронный ресурс]. Петербургские чтения. 23-24 апреля 2003 года. - СПб.: Изд-во «Роза мира».

46. Тертычный, А.А. Интервью вездесущего лик... / А.А. Тертычный // Журналист. - 2002. - №3.

47. Тертычный, А.А. У беседы свое лицо. Беседа - метод и жанр / Тертычный А.А. // Журналист - 2000. - №9.

48. Третьякова, В. С. Конфликт глазами лингвиста / В. С. Третьякова // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2000. – С. 143–158.

49. Ученова, В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров / В.В. Ученова // ВМУ. - Серия 10 «Журналистика». - 1976. - №6.

50. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика. История. Теория. Практика: учеб. пособие / В.Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 228 с.

51. Цибанова, Н.Н. Классификация основного контента телеканалов по периодичности выхода в эфир / Н.Н. Цибанова // Молодой ученый. — 2014. — №18. — С. 833-837.

52. Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие / Е.В. Черникова. - М.: Гардарики, 2005.

53. Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия / В. Е. Чернявская. Учебное пособие / — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. — 128 с.

54. Шариков, А.В. Телевидение и общество: нравственный конфликт / А.В. Шариков // Художественная культура. - №1 (6). – 2013.

55. Шестеркина, Л.П. Методика телевизионной журналистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — М.: Аспект Пресс, 2012.