

## Секция «Журналистика»

**Ток-шоу на региональном экране (на материале программ «Естественный отбор» (Телеканал «ТВ2», Томск) и «Национальный интерес» (Телеканал «ГТРК-Новосибирск», Новосибирск)**

***Чайка Полина Алексеевна***

*Студент*

*Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия*

*E-mail: chp@sibmail.com*

Ток-шоу – жанр более сложный, чем репортаж или интервью, он требует как профессионализма (от ведущего и авторов), так и технических ресурсов. По этим причинам ток-шоу представлены в большинстве своем на федеральных телеканалах. Тем не менее, с развитием местного вещания, стало возможным появление ток-шоу на региональном экране.

Ведущий – центральная фигура в региональном ток-шоу. Это выражается, во-первых, в том, что речь ведущих не ограничивается приветствием, краткими фразами и вопросами – они произносят вступительные и заключительные речи, делают выводы, выражают свое мнение в ходе дискуссии; во-вторых, в том, как показан ведущий – много крупных планов, не только во время вопросов и речей, но и во время обсуждения – показывается реакция ведущего на слова собеседников – мимика и жесты.

Выражение ведущими своего мнения, их равнодушие к теме, участие в обсуждении – важная особенность ток-шоу на местном экране. Преодоление безразличия и индифферентности, создание взаимопонимания между ведущим, гостями и зрителями (внутренними и внешними) имеет большое значение для регионального ток-шоу, помогает установить психологический контакт с аудиторией.

Ведущий ток-шоу «Естественный отбор» Марк Минин – не просто модератор и ведущий, но и активный участник обсуждения. Можно сказать, что он – главная составляющая ток-шоу, именно с его подачи обсуждение становится живым, интересным, не скатывается в перепалку и не становится вялым – он постоянно держит его под контролем. Главная цель Минина как ведущего – сделать каждый выпуск ток-шоу ярким, запоминающимся. Начать программу Марк Минин может с сюжета, исторического отступления, со стихов (выпуск «Герои среди нас» он начал со стихотворения С. Я. Маршака «Рассказ о неизвестном герое»). Он тоже участник дискуссии – выражает свое мнение, спорит с собеседниками, использует резкие вопросы (выпуск «Демократия любой ценой»: «Сколько еще человек вы готовы похоронить за ваше коммунистическое счастье?»). Это отличает его от привычного образа ведущего-модератора в общественно-политическом ток-шоу.

В ток-шоу «Национальный интерес» нет постоянного ведущего. С одной стороны, это создает разнообразие, возможность ведущего найти «свою» тематическую нишу, и вести выпуски по определенным темам, с другой, – у программы нет своего определенного, единственного «лица», которое бы ассоциировалось у зрителей с ток-шоу.

Лариса Романова – ведущая, ампула которой можно назвать «резонирующей модератор». Она не участвует напрямую в обсуждении, но у нее есть позиция по каждому вопросу; вопросы, которые она задает, всегда содержат своеобразную «подводку» к

ним, в которой и проявляется позиция ведущей. В выпусках с ее участием, как правило, не происходит дискуссий, они проходят практически в форме группового интервью – ведущая задает вопросы, на которые по очереди отвечают гости студии. Ведущая с искренним уважением относится к собеседникам: не перебивает их, не иронизирует над ответами, задавая вопросы, она часто использует фразу «Очень важно услышать Ваше мнение». Именно Лариса Романова постоянно использует во вступительных и заключительных словах название программы – «национальный интерес». Это актуализирует тему, подчеркивает ее важность. С другой стороны, это может показаться неуверенностью в актуальности темы, так как темы, действительно важные, не нуждаются в том, чтобы дополнительно об этом упоминать.

Другой образ ведущего «Национального интереса» - Екатерина Кузнецова. Она не превращает ток-шоу в интервью, наоборот, она поддерживает дискуссию, старается, чтобы гости студии больше общались между собой. Все ее вопросы конкретны, она адресует их либо кому-то из гостей лично, либо определенной группе (тема «Женское здоровье»: «Сколько у нас здоровых женщин вообще? Обращаюсь прежде всего к врачам»). Ведущая динамично реагирует на слова собеседников, дополняет их высказывания, но при этом остается совершенно нейтральной, она никого не поддерживает явно, так же, как и не выражает антипатии. Екатерина никогда не отстраняется от собеседников, почти каждая фраза заставляет ее по-своему реагировать: к примеру, при разговоре о полезности «холодового» плавания в выпуске о женском здоровье, она признается, что сама бы никогда не полезла в ледяную воду. Ведущая избегает многословности в вопросах, но всегда подчеркивает актуальность темы и важность ее не только для гостей студии и зрителей, но и для нее самой.

Главное качество регионального ток-шоу – близость к своей аудитории. Проблематика и тематика современного регионального ток-шоу отражает понимание телевидением этой близости и профессиональное умение ею пользоваться в интересах телезрителей. Анализируемые ток-шоу даже своими названиями отвечают главному принципу взаимодействия с аудиторией («Естественный отбор» - отбор тем, которые закономерно и естественно интересуют сегодня томичей, «Национальный интерес» - перевод разговора на серьезный общегосударственный уровень).

Темы ток-шоу «Естественный отбор» соответствуют одному из главных принципов регионального ток-шоу – «направленность на каждого». Охват тем настолько широк, что по их названиям можно подумать, что это – темы нескольких разных ток-шоу. «Естественный отбор» изначально определяется как ток-шоу, авторы которого учитывают прежде всего актуальность тематики (темы демократии, митингов за честные выборы, проблемы ЖКХ, пенсионеров, городского хозяйства). Темы «вечные», общечеловеческие – тема героизма, милосердия становятся актуальными, когда есть какое-то событие или явление, в контексте которого можно рассуждать на эти темы (молодой человек спас детей из горящего дома – конкретное событие – позволило поднять тему героев, важности воспитания таких людей).

Название ток-шоу «Национальный интерес» предполагает серьезную, но в то же время широкую тематику. Национальный интерес – это то, что интересует всех представителей нации, то есть огромное количество людей. В самом деле, темы ток-шоу актуальны не только для Новосибирска, но и для страны в целом: темы «Выборы», «Герои среди нас» можно обсуждать не только на уровне региона. Выбиваются из об-

шенациональных только темы телемостов с районами Новосибирской области. «Национальный интерес» постоянно меняется в зависимости от темы – это то классическое ток-шоу, то интервью, то телемост.

Состав участников в анализируемых ток-шоу имеет много общих черт: присутствие нескольких типов собеседников – основных, экспертов, зрителей, их участие в обсуждении в соответствии с их ролью – зрителя или эксперта, возможность участвовать в обсуждении абсолютно всем присутствующим в студии – в ток-шоу нет зрителей, которые выполняли бы только роль внутренней аудитории.

Региональные ток-шоу отличает гибкость, готовность к постоянным изменениям ради новой подачи материала, более удачных возможностей раскрыть тему. В этих ток-шоу очень велик авторитет ведущего или ведущей, часто это главная фигура в ток-шоу. В студии региональных ток-шоу царит более непринужденная атмосфера, особенно в выпусках на культурные и общечеловеческие темы. Подобно тому, как может быть комфортно и уютно жителям в небольшом городе, так и участникам регионального ток-шоу комфортно в простой обстановке «региональной» студии.

### **Литература**

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: Парадоксы развития, поиски, перспективы. М. Мысль 1991. - 253, [2] с.
2. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М., МГУ, 1978. – 152 с.
3. Барманкулов М. К. Журналистика для всех. Алма-Ата Казахстан 1979. - 318 с.
4. Березин В.М. Нравственные аспекты телевизионной коммуникации М., 2003 – 174 с.
5. Блинова Э. В. Психологические особенности телевизионного общения: Учебно-методическое пособие для студентов факультета журналистики Томского государственного университета, специальность «Журналистика», часть 2. Т.: Учебно-производственная типография Томского государственного университета, 2009 г. - 91 с.
6. Варганов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках: [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика"]. М. Университет [и др.] 2003 г., 318 с.
7. Варганов А. С. Народ в качестве статиста? // Журналист, № 11-12, 1996 г., 32-35 с.
8. Гаймакова Б. Д., Макарова С. К., Новикова В. И., Оссовская М. П.. Мастерство эфирного выступления: Учеб. пособие/ Б. Д. Гаймакова, С. К. Макарова, В. И. Новикова, М. П. Оссовская. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 283 с.
9. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М.; Вагриус, 1997. – 280 с.
10. Ерофеев В. В. И что делать с этими людьми? // Искусство кино, № 10, 2005 г., 67-72 с.

11. Зверева В. В. Истории, рассказанные для всех // Искусство кино, № 10, 2005 г., 73-81 с.
12. Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М. Аспект Пресс 2004 г., 319 с.
13. Иванова Е.А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы. Ростов н/Д., 2003. – 160 с.
14. Интервью. Телевизионный репортаж. - М.: Изд-во «Аспик Д», 1997 г. - 29 с..
15. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. М. Аспект Пресс 2004 г., 188 с.
16. Ким. М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества. Санкт-Петербург Михайлов В. А. 2004. – 495 с.
17. Ким. М. Н. Технология создания журналистского произведения. М. 2001. – 320 с.
18. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М. Аспект Пресс 2006. - 316, [2] с.
19. Кузнецов Г.В. Журналист на экране. М. Искусство, 1985. – 207 с.
20. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М., Изд-во Моск. ун-та 2004 г., - 396 с.
21. Кузнецов Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. М., РИП-холдинг 2002 г., - 220 с.
22. Кузнецов Г. В. ТВ-журналист. М. Издательство Московского университета 1980 г., 249 с.
23. Кузнецов Г.В. Ток-шоу: неизвестный жанр? // Журналист. 1998. №11.
24. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. – 240 с.
25. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика". М. Аспект Пресс 1999. - 206,[2] с.
26. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2004. – 316 с.
27. Мельник Г. С. Mass Media. Психологические процессы и эффекты. СПб. Изд-во С.-Петербур. ун-та 1996. – 160 с.
28. Мельник Г. С. Методы журналистики. СПб. Михайлов В. А. 2008. - 271 с.
29. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // Научно-культурологический журнал, 2012, №07, <http://www.relga.ru/>

30. Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. – 176 с.
31. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М.: Аспект Пресс, 2007. – 202 с.
32. Муратов С.А. ТВ - эволюция нетерпимости. - М.: Логос, 2001 – 240с.
33. Науменко Т.В. Психологические методы воздействия на массовую аудиторию // Вопросы психологии, 2003. №6.
34. Польская Л. Ток-шоу: о пользе лишнего при необходимом // Искусство кино, №1, 1996 г., 32-35 с.
35. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М., РИП-холдинг. 2001. - 296, [1] с.
36. Рэндалл Д. Универсальный журналист. СПб., Великий Новгород 1999 г., 364 с.
37. В. С. Саппак. Телевидение и мы. М.: Изд-во «Искусство», 1988 г. - 166 с..
38. Саруханов В.А. Азбука телевидения. Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
39. Соколов А.Г. Природа экранного творчества. Психологические закономерности. М., 2004. – 275 с.
40. Телевизионная журналистика: учебник. 5-е изд., перераб. И доп. / редкол.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во Моск. Ун-та: Наука, 2005 г., 368 с.
41. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. М. Аспект-Пресс 2002. - 236,[2] с.