РОЛЪ СТУДИЙНОЙ ПРОГРАММЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Абдувахоб Кодиров

факультет международной и аудиовизуальной журналистики, Университет Журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Аннотация. Разговорная передача на телевидении, как ясно из названия, это такая программа, в которой главным является разговор одного или нескольких людей с ведущим на разные темы. Обсуждать в ней могут все что угодно – от политики и спорта до личной жизни. Героями разговорных передач часто становятся такие же простые люди, как и те, что сидят у экранов телевизоров. Но могут быть и известные личности. Проблемы, возникающие у тех и у других, очень похожи, а ситуации – повторяются. В подготовке любого разговорного шоу задействованы специалисты самых разных направлений: журналисты, редакторы, режиссеры, операторы, психологи, социологи, дизайнеры, стилисты, художники-оформители и множество других.
Ключевые слова: токшоу, теледебат, программа, видео комментария, СМИ.

Создатели программы должны прекрасно ориентироваться в повестке дня и современных тенденциях, чтобы знать, какие темы будут интересны зрителю именно сегодня, какие вопросы актуальны и своевременны. Только тогда беседа получится глубокой и интересной. Успех передачи зависит от множества факторов, начиная с выбора темы и заканчивая тем, насколько грамотно и профессионально оформлен зал, какая музыка подобрана, не говоря уже об удачно подобранном ведущем.

Ток-шоу и его особенности Самый популярный сегодня формат разговорной передачи на телевидении – это токшоу. Что же это за жанр?

• Ток-шоу – это шоу, транслируемое по телевидению или радио, где один человек или группа людей объединяются, чтобы обсудить различные темы, выдвинутые ведущим ток-шоу. Какие бывают ток-шоу? Давайте рассмотрим несколько основных видов [2].

Ø Беседа – передача, в которой, помимо ведущего, принимает участие один или несколько человек. Чаще всего гости – это известные личности, которые хорошо известны аудитории. Такая встреча обычно проходит в спокойной тональности: участники ведут себя вежливо и уважительно по отношению друг к другу, разговор не превращается в дискуссию. В рамках беседы, к примеру, можно было бы обсудить новость о введении в школе нового предмета – специального курса по тележурналистике.

Ø Дискуссия – это разговор ведущего и нескольких людей, которые чаще всего представляют разные, зачастую противоположные, точки зрения или позицию

в отношении главной темы программы. Дискуссия выросла из беседы, а главным отличием жанра является наличие проблемы, которая раскрывается в эфире через полемику. Этот формат предполагает широкий выбор по тематике: так, можно с классом устроить и снять дискуссию, посвященную обсуждению творчества М. А. Булгакова.

Ø Дебаты – это специально организованный и всегда четко структурированный и публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. При этом цель дебатов – убедить в своей правоте вовсе не собеседника, а третью сторону – аудиторию. Формат дебатов получил широкое распространение на телевидении, где получил название теледебаты. Чаще всего мы можем наблюдать теледебаты в ходе предвыборных кампаний, когда кандидаты разъясняют свою позицию, привлекая тем самым потенциальный электорат. Особенностью теледебатов является то, что ведущий здесь предстает в роли модератора: он не принимает ничью сторону в обсуждении, а лишь следит за тем, как проходит разговор, и за тем, чтобы участники были равное время в эфире. Дебаты можно организовать и снять в школе. Но здесь нужно понимать, что этот формат предполагает контролируемый интеллектуальный разговор по очень четким правилам. Главная цель этого разговора – убеждение аудитории (учителей или одноклассников, которые являются участниками дебатов) в правоте своей позиции. В этом помогает ораторское мастерство и продуманные аргументы. В дебатах могут участвовать как два участника, так и две команды от 2 до 10 человек, представляющих полярные точки зрения. Темы могут быть разными: начиная с обсуждения того, является ли смартфон помощником на уроке, и заканчивая размышлениями на тему того, нужно ли успешному блогеру высшее образование.

Ø Телемост – на современном телевидении такая программа – большая редкость. В ней используется возможность противопоставления аудиторий, которые обладают разным менталитетом (обычно кардинально разным), набором культурных и иных характеристик, могут быть удаленными друг от друга географически. Формат телемоста будет уместным, если вы, к примеру, решили, соединив школу из Москвы и школу из Ханты-Мансийска, провести обсуждение тем, которые волнуют школьников по всей России, – например, возможность уменьшения возраста избирательного права или необходимость вступительных экзаменов в институтах. Школьное ток-шоу: выбор темы. Если вы собрались запустить в школе свое ток-шоу, то, кроме формы организации беседы, вам нужно понять, кто будет потенциальной аудиторией вашей программы. Иначе говоря, для кого она предназначена, кто будет ее смотреть: мальчики или девочки, школьники, их родители или учителя... От этого зависит и тематика выпусков, и выбор основных героев и гостей, и круг участников программы. Обратите внимание, что на основных российских телеканалах в ток-шоу для женщин ведущие в основном тоже женщины.

Такие программы обычно посвящены теме любви, личной жизни, моде, красоте и т. д. По аналогии можно сделать и школьное женское токшоу. Хотя

совершенно не обязательно ограничивать обсуждение лишь сугубо «девичьими» темами. Здесь уместно не только говорить о том, мешает ли любовь учебе, и о выборе школьной формы, но и подискутировать на тему школьного самоуправления или о том, нужны ли родительские собрания. Делать ток-шоу для мужчин как-то не принято, хотя мужская аудитория вовсе не пренебрегает этим форматом. На федеральных телеканалах мужчинам адресованы политические и развлекательные ток-шоу, а также те, которые посвящены спортивной тематике. В формате ток-шоу, ориентированном на мужскую аудиторию, можно, к примеру, поговорить о спортивных соревнованиях между школами или о новых научных открытиях и достижениях. В развлекательных ток-шоу чаще всего разговаривают о чем-то легком и непринужденном – о музыке, кино, шоу-бизнесе. Такие программы рассчитаны преимущественно на молодежную аудиторию, поэтому хорошо, если и героями здесь будут именно ученики или их кумиры. Наверняка, в вашей школе есть множество талантов: кто-то успешный спортсмен, кто-то известный танцор, а кто-то – блогер миллионник. Обсудите путь этих ребят к успеху. Такие истории всегда интересны и вдохновляют других. Еще одна возможная группа – это семейные ток-шоу. В таких передачах можно обсуждать проблемы, которые встречаются практически у каждого, вне зависимости от пола или возраста. Более того, когда мы слышим в обычной жизни слово «ток-шоу» от знакомых, люди подразумевают именно этот тип передачи. Такие программы традиционно выходят в самое рейтинговое время на телевидении – то есть тогда, когда вечером перед экранами находится очень много людей: родители пришли с работы, школьники закончили делать уроки, малыши вернулись с прогулки, и все они собрались дома перед телевизором. Если вы решили в вашей школе запустить семейное ток-шоу, то в качестве участников дискуссии сюда стоит пригласить не только учеников, но и учителей, и родителей. Темы также нужно выбирать интересные для всех. Например, тема сортировки мусора или профессий будущего, финансовой грамотности или помощи бездомным животным – всегда можно найти такие вопросы, которые заинтересуют самую широкую аудиторию.

Особенности создания студийной передачи

В разговорных передачах экранное действие раскрывается через общение, поэтому в них слово преобладает над изображением. Происходит как бы телевизионный диалог (или полилог) героев в студии и одновременно их взаимоотношение со зрительской аудиторией, от которой они получают обратную связь. Успех любого ток-шоу зависит от наличия следующих составляющих [1]:

Ø актуальность темы – непременное условие успеха для передачи формата ток-шоу;

Ø дискуссионность темы – наличие, как минимум, двух точек зрения на одну проблему;

Ø продуманная роль ведущего;

Ø гости, эксперты и зрители в студии; распределение их ролей в программе;
Ø интерактивность (вопросы зрительного зала, голосования аудитории в студии, звонки в студию и т.д.).

Большую роль также играет оформление студии, заставка программы и музыкальное сопровождение; регулярность выхода программы в эфир; наличие самостоятельных видеосюжетов, задающих тему дискуссии в студии, или видекомментариев по сути проблемы; использование дополнительных телевизионных площадок – посредством прямых включений или телемостов. Процесс создания разговорной передачи традиционно делится на несколько этапов [3]: Ø подготовительный, Ø съемочный, Ø монтажно-тонировочный. Подготовительному этапу, который часто называют препродакшн, необходимо уделить особое внимание. Для начала нужно определиться с основной темой передачи. В этом отношении очень помогает планерка (летучка), на которой в формате мозгового штурма интересную и злободневную тему найти намного проще, чем поодиночке. В тех ток-шоу, что вы видите по главным телеканалам страны, поиском тем и «горячих» новостей в большинстве случаев занимается целая бригада редакторов. Новости ищут и на сайтах СМИ, и на различных тематических форумах, и в социальных сетях. При этом поиском новостей бригада каждого конкретного выпуска часто начинает заниматься за несколько дней до эфира. После того, как тема придумана и утверждена, разрабатывается концепция выпуска – короткий вариант сценария, общее описание того, что предполагается снимать. Концепция утверждается главным редактором или шеф-редактором – в зависимости от того, как организована работа над программой. Без этого могут возникнуть сложности на следующем этапе – этапе написании сценария. Как мы с вами уже выяснили, проблемы, поднимаемые в эфире, должны быть дискуссионными, то есть подразумевать наличие нескольких точек зрения на один и тот же вопрос. Именно полемичность разговора обеспечивает эффектное эфирное действие (собственно, самошоу). Для каждого участника ток-шоу обычно заранее подбирается определенная роль в передаче. Именно ролевые функции героев, их идеологии, создают образ выпуска, драматизируют проблематику, создают конфликт в студии, а, следовательно, держат зрителя в напряжении. Ведущий передачи часто берет на себя роль автора, а приглашенный эксперт, разбирающийся в проблеме выпуска, выполняет роль значимой персоны. Герои могут находится в определенном продуманном образе или выполнять какие-то отведенные им функции – например, представлять заранее согласованную с ними точку зрения.

Список использованной литературы

1. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та. 2019. – 246 с.

2. Верстаков А. П. Школьная телестудия. Мастер-класс для журналистов / Верстаков А. П., Смирнов С. С., Шувалов С. А. / под ред. С. С. Смирнова. – М.: МедиаМир, 2013. – 64 с.

3. Круглова Л. А. Онлайн-видео: структура, контент, монетизация: учеб. пособ. для студентов вузов / Круглова Л. А., Чобанян К. В., Щепилова Г. Г. – М.: Аспект Пресс, 2020. – 112 с.