

Сумина Т.А.

студент

Лаврова А.А.

студент

Научный руководитель: Рыжкова Т.Б, к.э.н., доцент

Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ ТОК-ШОУ И ВИДЕОХОСТИНГИ КАК РАЗВИВАЮЩИЙСЯ КАНАЛ ИХ ДИСТРИБУЦИИ

Аннотация: Современный мир невозможно представить без различных гаджетов, имеющих доступ к бесконечному потоку информации и развлечений. Производство развлекательного видео контента – относительно молодая отрасль, история которой исчисляется всего несколькими десятками лет, но скорость ее развития невероятно высока и продолжает расти из года в год. В работе рассматриваются форматы ток-шоу для видеохостингов, а видеохостинги, как развивающийся канал их дистрибуции. В настоящее время в России наблюдается повышенный спрос к оригинальному развлекательному контенту, а с развитием видеохостингов видео производители оказались под давлением еще большей конкуренции, эти факторы в совокупности определяют актуальность выбранной темы. С помощью анализа соответствующего рынка были выявлены факторы успеха развлекательного ток-шоу

Ключевые слова: ток-шоу, видеохостинг, этапы создания развлекательного ток-шоу, существующие форматы ток-шоу, особенности продюсирования развлекательного ток-шоу для видеохостингов.

Sumina T.A.

student

Lavrova A.A.

student

Scientific supervisor: T.B. Ryzhkova, Candidate of Economics, Associate

Professor

Plekhanov Russian University of Economics

MODERN FORMATS OF TALK SHOWS AND VIDEO HOSTING AS A DEVELOPING CHANNEL FOR THEIR DISTRIBUTION

Abstract: It is impossible to imagine the modern world without various gadgets that have access to an endless stream of information and entertainment. The production of entertainment video content is a relatively young industry with a history of only a few decades, but the speed of its development is incredibly high and continues to grow from year to year. The paper considers the formats of talk shows for video hosting, and video hosting as a developing channel for their distribution. Currently, there is an increased demand for original entertainment content in Russia, and with the development of video hosting, video producers have been under pressure from even greater competition, these factors together determine the relevance of the chosen topic. By analyzing the relevant market, the success factors of the entertainment talk show were identified

Keywords: talk show, video hosting, stages of creating an entertaining talk show, existing talk show formats, features of producing an entertaining talk show for video hosting.

Видеопроизводство – одна из самых молодых отраслей культуры, существующих в мире. Тем не менее, всего за полтора века своего

существования, она сумела стать неотъемлемой частью нашей повседневной жизни.

Видеохостинг – это онлайн-платформа, на которую пользователь самостоятельно загружает видео контент для дальнейшей онлайн дистрибьюции. Принцип работы каждого видеохостинга одинаков, видео загружается на сайт и хранится на его сервере. При этом контент также доступен для всех пользователей видеохостинга на сайте или по ссылке. В основном, видеохостинги служат вспомогательным способом коммуникации с аудиторией, посредством которого продвигаются личный бренд или бренд компании, повышается уровень лояльности среди клиентов, а также выполняется масса других маркетинговых задач. Видеохостингами пользуются как крупные корпорации, так и начинающие предприниматели. Для обеих групп – это эффективный инструмент, приносящий положительный финансовый результат при правильном применении.

Следующее понятие, имеющее ключевое значение в контексте данной статьи – ток-шоу. Мнение специалистов относительно определения понятия ток-шоу сильно различаются из-за гибкости и вариативности жанра. Однако, неоспоримым остается то, что название образовано от английского talk – «разговор» и show – «зрелище». Если обращаться к первичному значению, то ток-шоу – это теле- или радиопрограмма, в которой широко известная личность интервьюирует селебрити или других гостей. Важно, что разговор идет по разработанному заранее сценарному плану, но никогда не прописан полностью, предпочтение отдается живому общению. В жанре ток-шоу сочетаются признаки интервью, дискуссии и игры. В основе программы всегда лежит острая тема, вокруг которой фокусируется внимание зрителей. Одной из задач является привлечение аудитории к обсуждению поднятых тем, как в студии, так и вне ее, если присутствует обратная связь во время и после проведения эфира.

Направленность ток-шоу может быть разнообразной: политической, музыкальной, комедийной, социальной и т.д. При этом абсолютно любое ток-шоу является развлекательным продуктом, цель которого – вызвать эмоции у зрителей и привлечь как можно большее количество человек к экранам, чтобы повысить рейтинги. Ключевой фактор любого ток-шоу – его ведущий или ведущие, личный бренд которых часто определяет будущую форму программы и является основной рекламой проекта. Ведущий – это олицетворение зрителя, он задает вопросы, которые интересуют людей у экранов. Он должен быть обаятельным, остроумным, находчивым, уметь слушать героев, грамотно оценивать ситуацию и вести себя естественно.

Принято считать появление жанра ток-шоу обычной случайностью, произошедшей в эфире. В 60-х годах на американском телевидении шло «Шоу Фила Донахью». Формат программы предполагал интервью с гостями на острые темы, например, сплетни, скандалы, интриги. В студии также присутствовал зрительный зал – неотъемлемая часть любого ток-шоу и сегодня. Во время съемки одного из выпусков в ходе беседы с героем у ведущего закончились вопросы, но он не растерялся и обратился к зрителям, находившимся в студии, давая возможность спросить то, что интересует именно их. Это получило большой отклик и, буквально, произвело революцию в жанре. До Фила Донахью так никто не делал. На рисунке 1 изображен фрагмент из описанного выпуска.



Рисунок 1 - Фрагмент из «Шоу Фила Донахью»

Источник: Кузнецов П. История американского телевидения [Электронный ресурс] // Историк: обществ. - полит. журн. URL:<http://www.historicus.ru/138/>

Однако, в различных источниках версии рознятся, поскольку телевизионные форматы крайне гибкие, а отследить появление каких-либо нововведений среди всего объема контента было затруднительно даже в 50-60-х годах прошлого века.

Жанр ток-шоу постоянно претерпевает изменения. Можно сказать, что практически каждая новая программа, появляющаяся в эфире – это новый видоизмененный формат ток-шоу. Но, конечно, есть и неизменные форматные признаки: бессменный ведущий, гость или гости, зрительный зал в студии. Если убрать один из элементов – ток-шоу не получится. Разговор – сюжетный двигатель в любом ток-шоу.

Несмотря на то, что трудно определить отправную точку для рассматриваемого жанра, дать характеристику ток-шоу в первые 10-20 лет после их появления не составит труда.

Ни для кого не секрет, что первое знакомство зрителя с контентом происходит через название. Сначала таблоиды, радио, а затем и телевидение приучило нас к кричащим заголовкам, которые цепляют зрителей на крючок и заставляют сесть перед экранами телевизоров. Ток-шоу – это всегда ведущий и гости: известные, скандальные, яркие. Этому жанру было суждено покорить сердца аудитории и принести

производителям невероятно высокие доли и рейтинги. К благоприятной среде для броских заголовков прибавляется дешевизна производства ток-шоу относительно всех других жанров. Программа может выходить в эфир каждый день или только в будни, еженедельно или на выходных, но студия всегда будет одна и та же, сводя затраты на производство к минимуму. За редким исключением возможны изменения от сезона к сезону. Зрители привыкают к ток-шоу, это то, что смотрят после работы, то, что становится приятной рутинной. В таком контексте перемены воспринимаются плохо.

Складывается ощущение, что производить одно и то же ток-шоу возможно вечно. «Джимми Киммел в прямом эфире», «Ночное шоу с Джимми Фэллоном», «Шоу Опры Уинфри», «В настоящее время с Биллом Мейером» - примеры шоу, которые выходили или идут десятилетиями и выпускают сезон за сезоном. На самом деле, ток-шоу снимается бесчисленное множество и примеры столь успешных программ – это единицы среди общего количества. Стиль ток-шоу, выбор героев и тем всегда зависит от ведущего, который является лицом программы и создает ее имидж. Если в выпуске неинтересный зрителю герой, но ведет программу любимый ведущий – ее будут смотреть. Так, мы формируем основополагающий тезис: ток-шоу создает ведущий и его образ. Успех программ, выпускающихся годами держаться на личном бренде своего «хоста».

Таким жанр ток-шоу сформировался в середине прошлого века в США. В Россию, а точнее в СССР он пришел значительно позже. В лексиконе зрителей из Советского Союза еще не было англоязычного термина «talk-show», его заменяла «телепрограмма». В 1986 году состоялся первый телемост между СССР и США в эфире Центрального телевидения. Ведущим телемоста со стороны штатов был Фил Донахью, именно тот, кому приписывают создание жанра, со стороны союза программу вел Владимир Познер, ставший первооткрывателем жанра ток-шоу в нашей

стране. Формат телемоста давал возможность жителям обеих стран задавать друг другу интересующие вопросы. Проект имел колоссальный успех, в студии поднимались важные и актуальные вопросы. Эта телепрограмма была поистине революцией не только на отечественном, но и на американском телевидении.

В нашей стране историю и эволюцию жанра условно делят на два этапа. Первый период с середины 1980-х по 1991 год. Второй с 1991 года по настоящее время. Принципиальное различие между ними только одно – наличие оригинальности. Раньше жанр приобретал национальные особенности в зависимости от страны производства. Программы были площадкой для высказываний, обсуждений актуальных острых тем, революции в юморе. Это было золотое время для жанра: 10-20 лет новаторства, свободы и шоу, являющихся эталоном до сих пор.

Примерно с 1991 года ток-шоу начали терять свою самобытность. На тот момент на западе жанр развивался уже 30-40 лет. Появились «работающие» форматы, изученные приемы воздействия на аудиторию, отработана драматургия, держащая зрителя у экрана. Производителю больше не хотелось рисковать рейтингом, если есть возможность просто скопировать или адаптировать то, что за тебя уже придумали. Заимствование значительно сэкономило деньги на разработку новой концепции и время, потраченное на исправление ошибок. Оформление, типаж ведущего, манера речи и даже костюмы – все начали повторять под копирку.

В последствии оригинальные форматы, являющиеся «high-concept», стали продавать. Например, известный всему миру проект «Голос» — это франшиза, проданная нескольким десяткам стран. Телевидение всего мира, в особенности программы в жанре развлекательных ток-шоу, становилось все более однотипным. Если развитие жанра и происходило, то успешные кейсы сразу перенимали телеканалы по всему миру.

Трудно поверить, но видеохостинги пришли в нашу жизнь менее 30-ти лет назад. А активное использование подобных онлайн-платформ среди широкой аудитории началось еще позже.

Первый в мире онлайн видеохостинг под названием «ShareYourWorld.com» был создан лишь в 1997 г. Он предоставлял такой же функционал, как и современные нам платформы, но все же был ограничен в возможности загрузки видео. Технологии не позволяли выгружать большой объем данных. Не совершенные на тот момент способы хранения и передачи информации были не готовы выдержать наплыв пользователей и контента.

Видеохостинги – это, в первую очередь, колоссальный поток трафика, контента. Многие бизнесы, компании используют их как маркетинговую платформу для развития личного бренда, общения с аудиторией и потенциальными клиентами. Сейчас видеохостинги нераздельно связаны с большим объемом рекламы. При этом, практически весь трафик проходит через неоспоримого лидера рынка YouTube, принося ему безумные доходы, не оставляя шансов другим компаниям. Кроме того, пользователю гораздо выгоднее использовать международную платформу, позволяющую практически безгранично расширять собственную аудиторию.

Таким образом формируются основные задача и проблема, решение которых ложиться на разработчиков платформ-аналогов. Видеохостинг изначально требует определенный уровень технической оснащенности и развития, а также разработки уникального кода, программного обеспечения. Но, помимо этого, создателям необходимо решить главную проблему – привлечение пользователей к новой, развивающейся платформе, которая не может предложить такой широкой базы аудитории. Это возможно только посредством предоставления платформой уникальных функций, стимулирования создателей контента хорошими

условиями сотрудничества, развитием собственной лояльной экосистемы и налаживанием контакта с потенциальным зрителем. Это большой комплекс мер, требующих больших вложений, грамотного управления и стратегии развития, маркетингового продвижения. Но, если разработчикам удастся перешагнуть это препятствие, то задача по перенаправлению интернет-трафика на внутренний рынок страны решается сама собой. Пользователи переходят на привлекательные новые площадки.

Несмотря на трудности разработки, российский рынок может похвастаться довольно широким разнообразием видеохостингов, имеющих обширную и разнообразную аудиторию всех возрастов, социальных групп, интересов и охватывающую широкий географический диапазон. Менее чем за 20 лет развития собственных видеохостингов в России сформировалось 5 устойчивых лидеров рынка, заслуживающих внимания.

На данный момент в России активно развиваются собственные видеохостинги, такие как VK Video, Rutube, Яндекс. Дзен, составляющие конкуренцию зарубежному YouTube, не уступая ему в функционале.

В зависимости от целевой аудитории будет различаться и контент, размещаемый на видеохостингов: от детских развлекательных до аналитических шоу. Стоит отметить, что рынок российских видеохостингов крайне разнообразен, охватывает широкую аудиторию до 100 млн. человек. Показателем качества контента на платформах и достойным уровнем их функционирования служит то, что россияне и жители стран СНГ все чаще предпочитают зарубежным платформам наши, которые стабильно входят в мировые рейтинги по охвату пользователей. За короткий промежуток времени в России сформировался достойный, развивающийся рынок видеохостингов.

Подводя итог, можно заключить, что ток-шоу — это крайне изменчивый и быстроразвивающийся жанр телепрограммы, который остается актуальным на протяжении нескольких десятилетий, при этом

приобретая все новые жанровые особенности. В последние годы формат начал развиваться и поддерживаться независимыми авторами уже не в рамках телевидения, а на видеохостингах, которые являются современными каналами реализации видеоконтента. На данный момент в России активно развиваются собственные видеохостинги, такие, как VK Video, Rutube, Яндекс. Дзен, составляющие конкуренцию зарубежному YouTube, не уступая ему в функционале. Однако, несмотря на доступность платформ для обычного пользователя, качественный контент производят только профессионалы в сфере, обладающие глубокими знаниями в видеопроизводстве, а также понимающие структуру работы над разработкой нового проекта, включая все этапы производства.

Использованные источники:

1. Видеохостинги: обзор самых популярных площадок [Электронный ресурс] //timeweb.com URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/videohostingi-obzor-samih-populyarnyh-ploshchadok> (дата обращения: 15.05.2024).
2. Talk show [Электронный ресурс] // britannica URL: <https://www.britannica.com/topic/talk-show> (дата обращения: 24.05.2024).
3. Кузнецов П. История американского телевидения [Электронный ресурс] // Историк: обществ. - полит. журн. URL:<http://www.historicus.ru/138/> (дата обращения: 10.03.2024).
4. A Brief History of the TV Talk Show [Электронный ресурс] // liveabout URL: <https://www.liveabout.com/talk-isnt-cheap-a-brief-history-of-the-tv-talk-show-3177025> (дата обращения: 26.05.2024).
5. «Эволюция ток-шоу на российском телевидении» [Электронный ресурс] // vernsky URL:

<https://vernsky.ru/uploads/documents/552f8fd5f2ad471e773c6fcb.pdf>

(дата обращения: 16.05.2024).

6. Ток-шоу как жанр массовой культуры [Электронный ресурс] // cyberleninka URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tok-shou-kak-zhanr-sovremennoy-massovoy-kultury/viewer> (дата обращения: 20.05.2024).
7. Иванов Г. П. Ток-шоу: история и разновидности. – М.: Издательство МГУ, 2020. – 140 с.