ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

КИНО, ТЕЛЕВИДЕНИЕ И ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА

Статья поступила в редакцию: 29.09.2026
Статья принята к публикации: 05.10.2026
Статья опубликована: 21.10.2026

УДК 070.4:316.77(470)

DOI: 10.32743/UniPhil.2026.148.10.23501

Развлекательные телепрограммы 1990-х годов как феномен переходной медиакультуры: жанровая типология и визуальный язык эпохи

Алексеев Кирилл Александрович
юрисконсульт нотариальной конторы нотариуса нотариального округа Санкт-Петербурга Кечик Натальи Петровны
Российская Федерация, г. Санкт-Петербург
E-mail: 6634048@elkir.ru

Entertainment television programs of the 1990s as a phenomenon of transitional media culture: genre typology and visual language of the era

Alekseev Kirill Aleksandrovich
Legal Counsel of the Notary Office of Notary of the Notarial District of St. Petersburg Natalia Petrovna Kechik
Russia, St. Petersburg

Аннотация

Современное медиапотребление, даже окончательно переместившись в цифровую среду, генетически опирается на форматы, которые были заложены «первопроходцами» отечественного коммерческого вещания. Актуальность работы продиктована необходимостью осмыслить истоки сегодняшних интерактивных шоу, агрессивных интервью, видеоблогов, визуальный и смысловой базис которых был сформирован именно в последнее десятилетие XX века. Главное противоречие рассматриваемого периода проявилось в столкновении рухнувшей советской дидактической модели и стихийно хлынувших на экраны западных коммерческих шаблонов. И это требовало стремительной адаптации под растерянного постсоветского зрителя. Цель заключается в анализе развлекательного ТВ 1990-х гг. как феномена переходной культуры, а также в декодировании

Библиографическое описание: Алексеев К.А. Развлекательные телепрограммы 1990-х годов как феномен переходной медиакультуры: жанровая типология и визуальный язык эпохи // Universum: филология и искусствоведение : электрон. научн. журн. 2026. 10(148). URL: https://7universum.com/ru/philology/archive/item/23501

его жанровой типологии и визуального языка. Опираясь на архивы, автор приходит к выводу, что новаторские проекты того времени служили не обычным средством массового эскапизма. Они выступали в качестве важнейшего механизма социальной адаптации для общества, оказавшегося в ситуации ценностного слома. Авторский вклад состоит в систематизации хаотичного эфирного наследия и аргументации того, что сценография, студийный свет, имидж телеведущих были не рядовым фоном, а активными инструментами конструирования новой рыночной идентичности зрителя. Представленный материал будет полезен культурологам, социологам медиа, историкам журналистики, практикам индустрии, которые ищут ключи к пониманию психологии и эволюции массовой аудитории.

Abstract

Modern media consumption, even having finally moved into the digital environment, is genetically based on the formats that were laid down by the «pioneers» of domestic commercial broadcasting. The relevance of the work is dictated by the need to comprehend the origins of today's interactive shows, aggressive interviews, and video blogs, whose visual and semantic basis was formed precisely in the last decade of the 20th century. The main contradiction of the period under consideration manifested itself in the collision of the collapsed Soviet didactic model and the Western commercial templates that spontaneously poured onto screens. And this required rapid adaptation to the bewildered post-Soviet viewer. The aim is to analyze entertainment TV of the 1990s as a phenomenon of transitional culture, as well as to decode its genre typology and visual language. Relying on archives, the author comes to the conclusion that the innovative projects of that time served not as an ordinary means of mass escapism. They acted as the most important mechanism of social adaptation for a society that found itself in a situation of value breakdown. The author's contribution consists of systematizing the chaotic broadcast heritage and arguing that scenography, studio lighting, and the image of TV presenters were not an ordinary background, but active tools for constructing a new market identity of the viewer. The presented material will be useful to cultural scientists, media sociologists, historians of journalism, and industry practitioners who are looking for keys to understanding the psychology and evolution of the mass audience.

Ключевые слова: визуальный язык, жанровая типология, медиакультура, постмодернизм на ТВ, телеигры, ток-шоу.

Keywords: visual language, genre typology, media culture, postmodernism on TV, TV games, talk shows.

Введение

Девяностые годы XX века стали для России периодом масштабных социальных преобразований, которые максимально концентрированно отразились в телевизионном эфире.

Телевидение от статуса строго регламентированного, дидактического инструмента советского государства в кратчайшие сроки перешло к модели коммерчески ориентированной индустрии с плюралистичным и экспрессивным визуальным стилем. Точкой отсчета характеризуемой системной перестройки уместно считать 27 сентября 1990 года, когда приказом Председателя Гостелерадио СССР М.Ф. Ненашева №596 было создано

самостоятельное хозрасчетное вещательное предприятие на базе пустующего эфирного времени [6]. С этого момента в сетке начали укореняться проекты независимых производителей, благодаря которым изменилась культурная среда страны.

В реалиях экономического кризиса, что сочеталось со сломом прежних ценностных ориентиров, развлекательное телевидение взяло на себя функции механизма социальной адаптации, «проводника» в новую рыночную реальность. Социальный, интегрирующий эффект телевидения в те годы многократно усиливался традицией коллективного телесмотрения. Так, программы обсуждались в семьях и рабочих коллективах, превращаясь в важнейший элемент повседневной коммуникации. Зритель искал у экрана компенсации бытовой неустроенности. И новые передачи предлагали этот эскапизм, облеченный в невиданные ранее жанровые формы.

Автор статьи нацелен на то, чтобы проанализировать развлекательное телевидение 1990-х гг. как единый феномен переходной медиакультуры. Задачами являются выстраивание жанровой типологии ключевых телепроектов того времени; декодирование их визуального языка, сценографии, имиджевых стратегий, что во многом определило эстетический код целого поколения зрителей.

Материалы и методы

Эмпирическую базу исследования составили развлекательные телепрограммы 1990-х гг., выходившие на центральных (ОРТ, РТР) и коммерческих (ТВ-6, НТВ) каналах. В фокусе внимания находятся проекты, которые стали символами эпохи: телеигры («Поле чудес», «Угадай мелодию», «Любовь с первого взгляда»), музыкальные проекты («МузОбоз»), новаторские ток-шоу («Акулы пера», «Я сама», «Про это»), сатирические передачи («Куклы», «Городок»), флагманы детского вещания («Зов джунглей», «Звездный час»).

Методологическая база опирается на принципы историко-типологического, социокультурного, визуального анализов. Теоретической рамкой послужила концепция визуальной культуры как пространства репрезентации идентичности, а также современные теории медиакоммуникаций, где телевизионный контент рассматривается не просто как трансляция фактов, а как система ценностных ориентаций и ментальных программ аудитории. Провидимый автором анализ включает в себя изучение сценографии, студийного освещения, графического оформления, внешнего облика ведущих.

Результаты и обсуждение

Переход отечественного телевидения на рыночные рельсы стал главным «ускорителем» появления новых форматов [9, 2]. «Транслировались демократические идеи общества, экранизации российских и зарубежных произведений, клиповые идеи зарубежной культуры, что запустило процесс «выдаливания» книги из досуга детей и подростков» [2].

Значимую роль в рассматриваемом процессе сыграло создание первого в России частного телеканала «ТВ-6 Москва». Он начал полноценное вещание 1 января 1993 года и стал «полигоном» для инноваций [10]. После прекращения вещания телеканала «Северная корона» в июле 1994 года ТВ-6 занял шестую метровую частоту в полном объеме, предложив

аудитории уникальный молодежный и развлекательный контент. Под руководством Ивана Демидова была запущена серия программ, которые определили стиль десятилетия: «Партийная зона», «Катастрофы недели», «Дорожный патруль» и прочие.

В то же время, на первом частотном канале (изначально 1-й канал Останкино, впоследствии ОРТ) доминирующие позиции заняла телекомпания «ВИД», основанная создателями программы «Взгляд». Именно они начали системно адаптировать западные лицензионные форматы к российской ментальности. Создавались гибриды, которые сочетали коммерческие механизмы развлечения с постсоветскими культурными кодами [13]. Логотип телекомпании «ВИД», стилизованный под устрашающее лицо, стал заметным визуальным потрясением и неофициальным символом нового телевидения, вызывая сильную и неоднозначную эмоциональную реакцию у миллионов телезрителей (см. рис. 1).



Рисунок 1. Логотип телекомпании «ВИД», керамическая маска древнекитайского философа Го Сяна

Особое место в культуре девяностых заняли телеигры нового типа, в которых открыто декларировался материальный успех как главная цель участия. Это ознаменовало слом советской парадигмы, где предполагалась бескорыстная демонстрация знаний. Первым масштабным проектом стало капитал-шоу «Поле чудес» [12]. Оно стартовало 25 октября 1990 года под руководством Владислава Листьева. Первоначальная сценография программы отсылала к сказке о Буратино, а съемки проходили в тесной студии. Между тем, подлинная социокультурная трансформация проекта произошла с приходом осенью 1991 года Леонида Якубовича. Из западного формата викторины программа превратилась в еженедельный национальный ритуал, визуализирующий идею всероссийского гостеприимства. Игроки стремились к барабану не столько ради угадывания слов, сколько ради возможности передать приветы, вручить ведущему домашние заготовки, примерить на него элементы национальных

костюмов. Вращающийся барабан (см. рис. 2) приобрел статус центрального символа эпохи, а музей программы на ВДНХ стал хранилищем этого уникального народного творчества. Популярность шоу была столь велика, что в 1993 году программист Вадим Башуров создал компьютерную игру по ее мотивам, расширив влияние бренда на формирующееся цифровое пространство.



Рисунок 2. Леонид Якубович на съемках телепрограммы «Поле чудес» в Москве, 1992 г

Еще более динамичным проявлением новой эстетики стала программа «Угадай мелодию», которая вышла в эфир 3 апреля 1995 года. Заимствовав концепцию у западного формата Name That Tune, Владислав Листьев доверил ведение шоу музыканту Валдису Пельшу. Риск оказался оправданным. Сценография представляла собой триумф новых технологий и западного телевизионного лоска. В студии присутствовал живой оркестр, что придавало шоу статус полновесного концерта (рис. 3). Игроки располагались за неоновыми пультами на вращающихся платформах. Музыкальная память участников «конвертировалась» в реальные рубли по курсу Центробанка России, подчеркивая монетизацию любых навыков в новых реалиях. Визуальный облик Валдиса Пельша (рис. 3) стал самостоятельным феноменом: его пиджаки транслировали идею праздника и финансового благополучия. Нестандартная пластика ведущего (акцентированные взмахи руками и прямые обращения в камеру с эффектом слома «четвертой стены») создавали беспрецедентную для отечественного экрана динамику [5].



Рисунок 3. Оркестр и Валдис Пельш в экстравагантных пиджаках за стойкой ведущего в студии «Угадай мелодию», 1995 – 1996 гг

Отдельного внимания заслуживает программа «Любовь с первого взгляда», которая выходила с 1991 по 1999 гг. (производство телекомпании «Игра-ТВ» по лицензии британской Action Time). Это был совершенно новый для России формат романтической игры, где трое юношей и три девушки пытались найти идеальную пару непосредственно в телевизионной студии. Ведущими стали Борис Крюк и Алла Волкова. Визуальный язык характеризуемой программы (рис. 4) демонстрировал наступление эпохи технологического прогресса и культуры потребления. Студия была оснащена пультами с джойстиками, экранами. А процесс выбора сопровождался восьмибитными компьютерными звуками и графикой совмещения «половинок сердца». В финальном раунде («Стрельба глазами») совпавшая пара выигрывала романтическое путешествие или ужин в ресторане. Для постсоветского зрителя эти интерьеры и призы служили репрезентацией иного, эстетически безупречного мира. Поведение ведущих в кадре, допускавшее сценарный флирт вкупе с ироничными пикировками, знакомило аудиторию с новыми, более раскованными формами межличностной коммуникации.



Рисунок 4. Студия программы «Любовь с первого взгляда» с Борисом Крюком и Аллой Волковой на фоне светящихся сердец, 1996 г

В 1991 г. в эфир вышло «Музыкальное обозрение» – программа «МузОбоз», автором которой выступил Иван Демидов. В отличие от статичных эстрадных концертов прошлых лет, «МузОбоз» внедрил на отечественный экран эстетику клипового монтажа, драйва, актуальной поп-культуры [11]. Визуальный язык программы отличался радикальностью. Демидов разработал продуманный телевизионный имидж: короткая стрижка, строгий костюм или кожаная куртка-косуха и неизменные черные солнцезащитные очки. Они, изначально использованные из-за дискомфорта от яркого студийного освещения, превратились в его фирменный знак (см. рис. 5). Демидов культивировал образ отстраненного ведущего с подчеркнуто небрежной манерой речи. И это резко контрастировало с привычной академичностью дикторов.



Рисунок 5. Иван Демидов в характерных черных очках и кожаной куртке во время эфира программы «МузОбоз»

Описываемый образ стал столь значимым для культурного кода страны, что режиссер Алексей Балабанов впоследствии использовал камео Демидова в фильме «Брат-2» как безошибочный маркер эпохи.

Девяностые годы ознаменовались отказом от строгой цензуры и публичным обсуждением тем, которые ранее исключались из медийного поля. Описываемый прорыв обеспечили ток-шоу – жанр, предполагающий наличие конфликта, исповедальности, острой дискуссии.

Так, в музыкальной сфере флагманом стали «Акулы пера» (ТВ-6, 1995-1998 гг.). Ведущий Илья Легостаев и команда журналистов (Отар Кушанашвили, Сергей Соседов и др.) еженедельно подвергали жесткому перекрестному опросу приглашенных звезд эстрады. Сценография программы была продиктована минимальным бюджетом: небольшая студия без сложных декораций, журнальный столик, стулья (см. рис. 6).



Рисунок 6. Журналисты и приглашенная звезда в минималистичной студии программы «Акулы пера», 1996 г

Однако данный визуальный аскетизм действенно работал на общую концепцию. Возникал эффект психологического прессинга. Музыканты находились в непосредственной близости от журналистов. И этим обеспечивался непрерывный зрительный контакт. Затруднялось уклонение от ответов. Журналисты задавали провокационные вопросы, десакрализируя образ «недосягаемой звезды».

Весьма значимым стало и появление женской исповедальности. 22 февраля 1995 года стартовала программа «Я сама» – профильное женское ток-шоу под руководством Юлии Меньшовой. Сценография, которая была выстроена по принципу круга, создавала атмосферу психологически безопасного пространства, где ведущая и эксперты рассматривали жизненные кризисы с разных позиций (рис. 7).



Рисунок 7. Юлия Меньшова и эксперты обсуждают проблему с героиней в круглой студии программы «Я сама», 1995 г

Апогеем деконструкции табу стала программа «Про это»; она стартовала в 1997 г. Это было первое на отечественном телевидении шоу, предметом которого стало открытое обсуждение интимных аспектов человеческой жизни. Ведущая Елена Ханга модерировала сложные дискуссии, сохраняя академический такт [14]. Визуально программа была решена в приглушенных неоновых тонах (см. рис. 8), формируя эстетику позднего вечера, располагающую к доверительному диалогу.



Рисунок 8. Елена Ханга в студии программы «Про это», 1998 г

В условиях тяжелого социального стресса юмористические программы выполняли функцию психологической разрядки. Девяностые годы стали периодом расцвета телевизионного постмодернизма. Высшим достижением политсатиры явилась программа «Куклы» (НТВ, 1994 – 2002 гг.). Латексные куклы, которые карикатурно изображали первых лиц государства, разыгрывали сценки на злобу дня [3] (рис. 9).



Рисунок 9. Кадры сатирической передачи «Куклы», 1995 – 1996 гг

Принцип подачи материала отличался новаторством. Так, актуальные политические события «упаковывались» в сюжеты мировой классики (от «Гамлета» до произведений Артура Конан Дойля). Это был телевизионный карнавал, низводивший сакральные фигуры власти до уровня комедийных персонажей.

В ином, бытовом регистре функционировал скетчком «Городок» (1993-2012 гг.), который был создан Ильей Олейниковым и Юрием Стояновым. Актеры воплотили на экране абсурдный, но гуманистический мир, населенный узнаваемыми социальными типажами [8] (рис. 10).



Рисунок 10. Илья Олейников и Юрий Стоянов в характерных образах во время исполнения скетча в программе «Городок»

Визуальный язык «Городка», снимавшегося, в основном, на реальных улицах и в обычных квартирах, был подчеркнуто неформальным. Он был лишен студийного глянца. Натурализм в сочетании с виртуозной игрой слов превращал социальную трагедию в «очищающий» фарс. Трагическое и комическое в эстетике передачи всегда существовали неразрывно.

Анализ телеэфира переходного периода невозможен без оценки динамики детского вещания. Его идейным лидером стал Сергей Супонев. Он изменил тональность общения с юным зрителем, отказавшись от дидактики в пользу партнерского, доверительного диалога.

Так, осенью 1992 г. стартовала интеллектуальная телеигра «Звездный час» (в формате проекта Владислава Листьева), обретшая высокую популярность именно с приходом Супонева [1; 4; 7]. Сценография была инновационной: на фоне стен с фигурками игроки перемещались по студии на специальных цветных тележках при каждом правильном ответе (рис. 11).



Рисунок 11. Студия интеллектуальной игры «Звездный час»

Важным нововведением стало привлечение родителей в качестве помощников. Тем самым укреплялись межпоколенческие связи в рамках телевизионного формата.

В 1993 г. Супонев запустил передачу «Зов джунглей» – телевизионный аналог спортивных соревнований, который был интегрирован в притягательную сказочную «оболочку». Команды «Травоядных» и «Хищников» соревновались в декорациях, имитирующих тропические заросли (рис. 12).



Рисунок 12. Сергей Супонев в окружении команд «Хищников» и «Травоядных» в студии «Зов джунглей»

За победу в испытаниях команды получали символические награды – поролоновые бананы и кости. Визуальный ряд этой программы, не опиравшийся на сложные спецэффекты, привлекал аудиторию за счет высочайшей динамики вкупе с глубоким пониманием детской психологии.

Обобщая эмпирический материал, целесообразно выделить ключевые параметры визуального языка развлекательного телевидения 1990-х гг. Данный период характеризуется отказом от строгой геометрии и академичного освещения советских студий. На смену им пришли клиповый монтаж, использование подвижной камеры, агрессивные цветовые контрасты, неоновая подсветка. Сценография эволюционировала из пассивного фона в смыслообразующий инструмент. Пространственная ограниченность студии «Акул пера» обеспечивала открытый конфликт, круговая рассадка в «Я сама» формировала атмосферу доверия, вращающийся барабан «Поля чудес» конструировал пространство непрерывного праздника. Имидж телеведущих превратился в сложный семиотический код, который легко декодировался аудиторией.

Заключение

Развлекательные телепрограммы 1990-х гг. представляют собой уникальный феномен переходной медиакультуры. Они служили не рядовым средством заполнения эфирной сетки, а важнейшим институтом социализации общества на фоне смены политической и экономической формаций.

Жанровая типология анализируемого периода отражает явную широту: от монетизации знаний в телеиграх до серьезной деконструкции социальных табу в ток-шоу и политической сатире.

Сегодня, когда медиапотребление сместилось, в основном, в цифровую среду, становится очевидным, что многие современные форматы генетически восходят к телевизионным экспериментам последнего десятилетия прошлого века. Агрессивная стилистика интервью успешно адаптирована блогерами, а форматы женской исповедальности обрели «второе дыхание» на видеохостингах. Визуальные и жанровые матрицы, которые созданы «первопроходцами» коммерческого вещания в России, интегрировались в отечественную культуру, подготовив аудиторию к современному этапу развития глобальных медиакоммуникаций.

Список литературы

1. Громова К.В. Основные требования к медиаконтенту для детей школьного возраста (школьников) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – С. 207–211.
2. Енгалычева Е.В. Телевидение как фактор формирования социокультурной идентичности поколения российских миллениалов (по материалам глубинного интервью) // Исторический бюллетень. – 2024. – Т. 7, № 2. – С. 87–94.
3. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – С. 42–51.

4. Ключевская О.С. Отечественное детское телевидение: к вопросу ретроспективной периодизации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2020. – Т. 39. – С. 331–344.
5. Марачева А.В., Ахмедалиева Т.Б., Зубарева В.А. Интерактивность как взаимодействие с телезрителем // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2025. – С. 63–68.
6. Ненашев М.Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985–2009). Монография. – Москва: Логос, 2010. – 320 с.
7. Новикова С.А. Телевизионные игры // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2007. – С. 251–260.
8. Овчинников-Лысенко Е.Г. Способы отражения социальной справедливости в СМИ и новых медиа России // Теория и практика общественного развития. – 2025. – С. 103–109.
9. Попов А.А., Линкова Н.Ю. Региональное телевещание в условиях радикальных трансформаций российского общества в 1990-е годы (на материалах Республики Коми) // Исторический поиск. – 2024. – Т. 5, № 2. – С. 33–40.
10. Степура И.В. Местное вещание и ретрансляция в регионах Европейской части России // Экономика и социум. – 2019. – С. 295–312.
11. Степура И.В. Общенациональное телевидение «новой России»: краткий очерк // Экономика и социум. – 2021. – С. 299–315.
12. Халидов Ш.Д., Алипулатов И.С. Особенности развития общенационального телевидения в период перестройки // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 4 (89). – С. 410–413.
13. Цуриков А.Н. Владислав Листьев как символ российского телевидения // Символ науки. – 2020. – С. 38–49.
14. Шаповалова Н.Г. Ток-шоу как модель современного дискурсивного взаимодействия в России // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – С. 181–184.

References

1. Gromova K.V. [Basic requirements for media content for school-age children (schoolchildren)] // Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki. – 2015. – No. 3–2. – P. 207–211. (In Russ.).
2. Engalycheva E.V. [Television as a factor in the formation of socio-cultural identity of the generation of Russian millennials (based on in-depth interviews)] // Istoricheskiy byulleten. – 2024. – Vol. 7, No. 2. – P. 87–94. (In Russ.).
3. Kachkaeva A.G. [Genres and formats of modern television. Consequences of transformation] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. – 2010. – No. 6. – P. 42–51. (In Russ.).
4. Klyuchevskaya O.S. [Domestic children's television: on the issue of retrospective periodization] // Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya. – 2020. – Vol. 39, No. 3. – P. 331–344. (In Russ.).

5. Maracheva A.V., Akhmedalieva T.B., Zubareva V.A. [Interactivity as interaction with the TV viewer] // Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk. – 2025. – No. 5–2 (104). – P. 63–68. (In Russ.).
6. Nenashev M.F. [Illusions of freedom. Russian media in the era of change (1985–2009). Monograph] // Moscow: Logos. – 2010. (In Russ.).
7. Novikova S.A. [Television games] // Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya. – 2007. – No. 9. – P. 251–260. (In Russ.).
8. Ovchinnikov-Lysenko E.G. [Ways of reflecting social justice in the media and new media of Russia] // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. – 2025. – No. 1. – P. 103–109. (In Russ.).
9. Popov A.A., Linkova N.Yu. [Regional television broadcasting in the context of radical transformations of Russian society in the 1990s (based on materials from the Komi Republic)] // Istoricheskiy poisk. – 2024. – Vol. 5, No. 2. – P. 33–40. (In Russ.).
10. Stepura I.V. [Local broadcasting and retransmission in the regions of the European part of Russia] // Ekonomika i sotsium. – 2019. – No. 2 (57). – P. 295–312. (In Russ.).
11. Stepura I.V. [National television of «new Russia»: a brief essay] // Ekonomika i sotsium. – 2021. – No. 6–2 (85). – P. 299–315. (In Russ.).
12. Khalidov Sh.D., Alipulatov I.S. [Features of the development of national television during the perestroika period] // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. – 2021. – No. 4 (89). – P. 410–413. (In Russ.).
13. Tsurikov A.N. [Vladislav Listyev as a symbol of Russian television] // Simvol nauki. – 2020. – No. 8. – P. 38–49. (In Russ.).
14. Shapovalova N.G. [Talk show as a model of modern discursive interaction in Russia] // Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal. – 2016. – No. 9–4 (51). – P. 181–184. (In Russ.).