

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

И.Г. Е.Г. Иващенко

«24» 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Развлекательные программы на региональном телевидении

Исполнитель
студент группы 598-об(2) И.В. 13.06.2019 Я.В. Матвеева
(подпись, дата)

Руководитель
доцент, канд. филос.н К. 21.06.2019 Н.В. Калинина
(подпись, дата)

Нормоконтроль А.К. 11.06.2019 К.О. Антонидина
(подпись, дата)

Благовещенск 2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 70 страниц, 30 источников.

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА, РЕГИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ, РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ, ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

На сегодняшний день каждый человек ежедневно получает огромное количество информации, из-за чего ему всегда хочется расслабиться и получить какие-либо позитивные эмоции. Именно по этому сегодня огромную популярность получили именно развлекательные телепрограммы, а также в нашей стране активно стал развиваться метод инфотеймента.

Сочетает в себе признаки азарта, юмора и игры именно развлекательная программа. Она рассчитана на эмоциональную реакцию аудитории, связанную с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и релаксации. Современное телевидение нацелено на получение прибыли, а программы развлекательного характера как раз являются таковыми.

Безусловно, в последние годы появляются даже целые развлекательные каналы, которые можно смотреть при наличии кабельного телевидения. Центральные телеканалы совсем не игнорируют развлекательное телевидение для аудитории всех возрастов. Но на региональном (амурском) телевидении, в силу разных обстоятельств, развлекательного контента недостаточно.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Развлекательное телевидение: история и современное состояние	8
1.1 История российского развлекательного телевидения	8
1.2 Региональное телевидение в системе российского телевидения	21
1.3 Жанры и форматы современных развлекательных программ	29
1.4 Роль ведущего в развлекательных программах	34
2 Анализ развлекательных программ на региональном ТВ на примере «Альфа-канала»	41
2.1 Краткая характеристика ТК «Альфа-канал»	41
2.2 Программа «Мастер вкуса»	45
2.3 Программа «Инструкция по применению. Благовещенск»	51
2.4 Программа «Мы в теме!»	56
Заключение	61
Библиографический список	63
Приложение А	67

ВВЕДЕНИЕ

Современную медиакультуру невозможно представить без телепередач, в основе которых лежит развлечение. Телевидение, как средство массовой информации, выполняет различные функции – информационную, познавательную, образовательную и развлекательную.

На сегодняшний день доля развлекательного контента на федеральном телевидении динамично растет, создаются новые проекты, а в сетке вещания появляются даже целые развлекательные каналы. На региональном телевидении ситуация иная: в силу разных обстоятельств развлекательного контента недостаточно, в то время как он является важной составляющей телевидения в целом.

Следовательно, *актуальность* данной работы, по моему мнению, заключается в том, что развлекательное телевидение активно развивается в медиасфере, однако региональные развлекательные проекты недолговечны. В своей работе я попыталась объяснить эту причину недолговечности.

Целью данной бакалаврской работы является изучить особенности регионального развлекательного телевидения на примере развлекательных программ ТК «Альфа-канал».

Для поэтапного достижения поставленной цели решаются следующие *задачи*:

- изучить историю развития отечественного развлекательного телевидения;
- определить жанры и форматы развлекательных программ;
- ознакомиться с региональным телевидением в системе российского телевидения;
- рассмотреть роль ведущего в развлекательных программах;
- провести анализ развлекательных телепроектов на региональном телеканале «Альфа-канал».

Итак, *объектом* нашей бакалаврской работы является развлекательная программа на телевидении.

Предмет бакалаврской работы – развлекательные программы на региональном телевидении.

Эмпирическую базу исследования составили развлекательные программы регионального телеканала «Альфа-канал»: «Мастер вкуса» от 11.05.2016, 11.04.2017 и 14.01.2018; «Инструкция по применению. Благовещенск» от 20.10.2016, 10.10. 2017 и 23.11.2018; «Мы в теме!» от 13.12.2018, 07.02.2019 и 28.03.2019.

В процессе исследования мы использовали следующие *методы*: контент-анализ, качественный анализ развлекательных телепрограмм.

Степень научной разработанности темы.

Изучение развлекательной телевизионной журналистики и ее функционирования потребовало привлечения материалов и методик из разных дисциплин. Изучением вопроса телевидения в России занимались Р. П. Овсепян, В. Л. Цвик, Е. Л. Вартанова.

В своих работах они уделили внимание и истории развлекательного телевидения. Классификация жанров определялась с помощью пособия С.Н. Акинфиева, Г. В. Кузнецова, С. Н. Ильченко.

Особенности регионального телевидения были рассмотрены в трудах И. В. Лизуновой, М. Х. Фатыховой и А. В. Вырковского.

Роль ведущего в развлекательных программах была рассмотрена в работах Д. А. Фукс, И. П. Смирновой и Е. В. Филиной.

Новизна данной работы состоит в том, что проведен анализ развлекательных проектов на региональном телеканале «Альфа-канал».

Практическая значимость.

Данное исследование может быть использовано в учебном процессе в качестве примера изучения телевизионной программы на региональном телевидении.

Сама работа может служить информацией для действующих журналистов, сотрудников регионального телеканала, телеведущих, сценаристов, работающих над созданием развлекательной программы.

Теоретическая значимость заключается в выявлении типологических характеристик развлекательных телевизионных программ, в перспективах дальнейших научных исследований в развлекательной журналистике. А также в необходимости дальнейшего системного анализа развлекательных телепрограмм.

1 РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

1.1 История российского развлекательного телевидения

Телевидение является наиболее актуальным в современном обществе массовым видом искусства. Оно способно расширить поле зрения своего зрителя, раскрыть его при помощи живых, видимых образов.

Исследователь Бореев дает такое определение этого понятия: «Телевидение – средство массовой видеоинформации, способное передавать на расстояние эстетически переработанные впечатления бытия; новый вид искусства, обеспечивающий интимность, домашность восприятия, эффект присутствия зрителя (эффект «сиюминутности»), хроникальность и документальность художественной информации»¹. При всей фактографичности и хроникальности телевидения, его продукт – телепрограммы – это интерпретация жизненных ситуаций, истории и опыта.

Развлекательное телевидение на сегодняшний день является неотъемлемой частью телевидения вообще. Как и информационно-аналитическое телевидение, развлекательное – это важнейший фактор социального ориентирования, формирующий у телезрителей модель поведения в обществе и его этические принципы.

Большинство развлекательных передач несет в себе рекреативную, гедонистическую функцию, а также функцию снятия напряжения, расслабления и т.д.

Развитие развлекательного телевидения тесно связано с общими этапами становления телевидения как СМИ.

Зарождение развлекательных передач в Советский период приходится на 50-60 года XX века, в то же время что и в Соединенных Штатах Америки. Однако, пути их развития многим отличались. На Западе развитие

¹ Бореев Ю. Б. Эстетика. Высшая школа. 2002. С. 321.

развлекательного телевидения было бурным, своего пика оно достигало уже к середине 90-х годов. Отечественное развлекательное телевидение в это время только начинает приобретать современный облик. И по мнению Р.П. Овсепяна на это есть ряд причин:

- существование в СССР тоталитарного режима, которое обуславливало существование жесткой государственной цензуры;

- синтетическое прохождение, слабая развитость массовой культуры в СССР, развитие которой в середине прошлого века на Западе во многом предопределило появление телевизионного развлечения;

- неготовность государства и общества принять развлечение на телевидении, связанное со стереотипностью мышления общества. Считалось, что подлинное искусство не совместимо с развлечением².

Однако, на советском телевидении в 1957 году первая развлекательная передача «Вечер веселых вопросов». Данный проект создал журналист Сергей Муратов по примеру чехословацкой программы «Гадай, гадай, гадалыщик».

Данная программа предопределила появление других развлекательных телепрограмм, после чего она стала точкой отсчета развлекательного телевидения в нашей стране.

А.С. Акинфеев приводит следующую периодизацию истории советского развлекательного телевидения:

- 1957 – 1970гг. – зарождение советского развлекательного телевидения;

- 1970 г. – первая половина 80-х годов – жесткий партийный контроль на телевидении, который приостанавливал развитие развлекательного телевидения;

- вторая половина 80-х годов – 1990-е года – начало становления российского развлекательного телевидения³.

На первом этапе (1957 – 1970гг.) развития советского телевидения произошли количественные и качественные изменения, связанные с

² Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики. Издательство МГУ. 1999. С. 78-79.

³ Акинфиев С. Н. Жанрово-тематическая структура российского развлекательного телевидения. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. 2008. С. 13.

экономическими, социальными и политическими процессами. 29 января 1960 года ЦК КПСС вынесло постановление «О дальнейшем развитии советского телевидения», что ускорило процесс развития ТВ. Период «оттепели» повлиял на возникновение новые музыкальных направлений, развитие кинематографа, театра, появлению нового «контента». Основными направлениями телевидения данного периода стали информационное, учебное, спортивное, а также развлекательное. Однако, на первый план выходит именно культурная составляющая, которая наряду и развлекательными и игровыми функциями поддерживала в массовом сознании желаемые нормы, ценности и идеи, благодаря которым модернизовалась общественная жизнь⁴.

На этом фоне 8 ноября 1961 года возник значимый, а в будущем и социокультурный феномен «Клуб веселых и находчивых». Изначально телевизионные игры появились на экранах с 1957 года, однако, лишь к середине 1960-х раскрылось их значение. КВН являлся молодежной телевизионной игрой, основанной на импровизации участников и включал в себя основные черты развлекательной программы: склонность к юмору, азарту; значимая роль харизматичного ведущего; игровая и драматургическая составляющие. Программа превзошла все ожидания и вызвала интерес куда больше нежели спортивный репортаж или приключенческие фильмы.

После этого КВН стал подчиняться жесткому сценарию, в котором выступления соревнующихся команд готовились заранее, благодаря чему превращались в профессионально поставленные выступления. Все это привело к стремительному снижению популярности программы, а в 1973 году она вовсе прекратила свое существование из-за «сомнительного» юмора. Лишь в 1986 году проект возобновили и КВН вновь приобрел определенный престиж⁵.

Иллюстрация данной передачей положения дел в стране повлияло на дальнейшее развитие развлекательных программ.

⁴ Ханжов С. В. Телевидение в контексте советской культуры 1960-х годов // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/televidenie-v-kontekste-sovetskoy-kultury-1960-h-godov> (дата обращения: 05.04.2019).

⁵ Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистики. Высшая школа. 2002. URL: http://evartist.narod.ru/text6/27.htm#з_02 (дата обращения: 07.04.2019).

В своей работе «ТВ-эволюция нетерпимости» С.А. Муратов отмечал: «Начало 70-х совпало и с завершением перехода на видеозапись – отныне все передачи за исключением спортивных репортажей подвергались предварительной консервации, а прямые трансляции некоторыми критиками объявлялись атавистическим пережитком. Нетривиальные идеи расценивались как покушение на устои, а жанровая унификация достигла наивысшего совершенства/показательны названия телерубрик: «Для вас, родители», «Для вас, ветераны», «Для вас, животноводы» /. Противоречия, подсмотренные в реальности, и попытки дискуссий удалялись с экрана, как злокачественная опухоль»⁶.

Также к новым формам вещания с развлекательной направленностью относилась программа «Голубой огонек». Впервые она вышла в эфир 5 апреля 1962 года и несколько раз меняла название: «На огонек», «На голубой огонек», затем уже она получила привычное на сегодняшний день название. Содержание программы составляло общение в кадре, а также концертные номера. Этот проект стал первой предпосылкой к такому развлекательному жанру, как шоу. В будущем на советском телевидении не раз использовалась концепция передачи-беседы за столиками: «Горизонталы и вертикали», «Устная библиотека поэта», «Литературный вторник».

Однако, наибольшего успеха на данном периоде отечественной истории телевидения достигли авторы таких передач, как «Очевидное-невероятное», «Клуб кинопутешествий», «В мире животных». Так как выбор зрителя был невелик, то любая свободная от идеологического сознания телепередача могла рассчитывать на гарантированную массовую аудиторию⁷.

⁶ Муратов С. А. ТВ-эволюция нетерпимости. 2000. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text16/092.htm> (дата обращения: 07.04.2019).

⁷ Голядкин Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. Изд-во Ин-та пов. квалиф. работников телевидения и радиовещания. 2001. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/492189443/?*=cb2I%2BUQDj2DGRYgpKSKIK1e5ZLt7InVybcI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVQaTFIZU9OVTBvOWdxXVjVjV15S2RZNjJoTXINaTgzS0MxR19iLWpyY0c3TC1IWWWhQWTZQb1NrS25fQVBleVJlbU9fc1JycGZWtXU1cGhtaTZCelI4RXAzSGEzV0RnMmRWNIFZbi1MeEJDWm5WWnNITfZCTmVsdzBpdIBYLTNMeFE9PT9zaWduPTI5VnlDM0QzNDIYX1JFRXQ1Q3ZUbkNRbS16ZnJYYmJsRzZ1WVh2OG1mNzQ9IiwidGl0bGUuOiJhdHRhY2guZG9jIiwidWlkIjoiNDkyMTg5NDQzIiwieXUuOiI5ODE5NTA2MDYxNTUxMTQyMjYxIiwibm9pZnJhbWUuOmZhbnNlLCJ0cyI6MTU1NzZM2NjQwMz0%3D&page=64 (дата обращения: 05.04.2019).

Рассмотрим немного подробнее программу «В мире животных». Основателем и первым ведущим программы был народный артист СССР Александр Згуриди. 17 апреля 1968 года в эфир вышел первый выпуск. Изначально передача «В мире животных» состояла лишь из разговоров в студии, ведущий обсуждал с приглашенными специалистами и учеными особенности животного мира. Во второй части передачи гостями становились владельцы животных и их подопечные. Частым гостем программы был Николай Дроздов, который вскоре в 1975 году стал новым ведущим по очереди с Василием Песковым. А уже с 1990 года Николай Дроздов начал один вести передачу, стало появляться все больше съемочных репортажей из мест обитания животных. Программа имела огромный успех, так как она в это время не имела никаких аналогов.

Каждый выпуск длится около 25 минут и состоит из нескольких сюжетов о повадках животных в естественной среде обитания, а каждый выпуск сопровождается рассказом ведущего.

Программа носит научный характер, однако, в этот период ее пытались сделать более развлекательной: создавали декорации в студии, вводили новые оригинальные рубрики. Но в будущем «В мире животных» все же отошла от развлекательной функции и стала носить научно-просветительский характер.

«В мире животных» существует и по сей день, уже 51 год. За это время программа транслировалась на многочисленных каналах: Первая программа ЦТ (1968–1991), 1-й канал Останкино (1991–1995), РТР (1991–1997), ОРТ/Первый канал (1995–2005), Домашний (2006–2009), Россия-2 (2010–2015), Карусель (с 2016 года).

Второй этап развития отечественного развлекательного телевидения (1970 г. – первая половина 80-х годов) начался с того, что в 1970 году новым председателем радиотелевизионного ведомства стал С.Г. Лапин. Именно с его именем связано укрепление престижа телевидения в государстве, а также небывалое ужесточение внутрителевизионных порядков.

Работа редакторов телевидения стала считаться опасной, так как стало возникать множество инцидентов, где приглашенные в студии собеседники высказывали незапланированную правду, «крамольные» мысли. Именно по этой причине такие телепередачи как «КВН», «Голубой огонек» и другие стали выходить в эфир в видеозаписи после тщательного монтажа, в котором убирались какие-либо намеки на оригинальные мысли⁸.

В области развития телевидения государственная политика была направлена на закрепление за телевидением образовательной, информационной и воспитательной функций, а также пропаганда социалистического образа жизни. Телевидение жестко контролировалось.

В этот период впервые выходит программа, представляющая собой жанр интеллектуальной игры – «Что? Где? Когда?», ведущим программы был Владимир Ворошилов. Особенностью данного проекта была командная игра, ориентированная на эрудицию и логическое мышление. Это одна из самых успешных программ, идея которой от начала и до конца разработана в СССР. Придуманная Владимиром Ворошиловым игра получила огромную популярность, внесла новые черты в жанр телевикторины и послужила примером для создания других телеигр: «Умники и умницы», «Колесо истории» и т.д.

Одной из популярных программ с элементами ток-шоу в эти года была «От всей души». Программа позволяла соединить людей, потерявших или разлучившихся друг с другом много лет назад. Гостями программы становились обычные люди (ветераны труда, шахтёры, рабочие заводов и фабрик), на материалах биографий которых строился образ трудового советского человека. Кульминационным моментом непосредственно была реакция героев, потерявших когда-то друг друга из виду, которые встретились в студии перед камерами спустя много лет.

⁸ Данилов А. А. Региональное телевидение в партийно-государственной политике советского периода: исторический опыт Среднего Поволжья. Вестник Чувашского университета. 2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/regionalnoe-televidenie-v-partiyno-gosudarstvennoy-politike-sovetskogo-perioda-istoricheskiy-opyt-srednego-povolzhya> (дата обращения: 10.04.2019).

Изначально программу планировалось сделать в юмористическо-лирическом ключе, с элементами розыгрыша, однако идея изменилась в процессе разработки программы. В итоге цикл передач был посвящен жизням и судьбам простых людей из глубинки. Однако, программа все обладала некоторыми признаками ток-шоу, однако, из-за того, что ее создатели не видели зарубежных аналогов, то они строили эту передачу по законам телевизионной пропаганды с антуражем советского общественно-политического антуража⁹.

Ведущей программы была Валентина Леонтьевна. Выпуск длился около 120 минут, выходили они несколько раз в год. Съемки проходили в разных городах Советского Союза, трансляция происходила по 1-й программе ЦТ. Вещание программы длилось 15 лет с 1972 по 1987 вплоть до периода перестройки.

Третий этап развития советского развлекательного ТВ пришелся на конец 80-х годов – время социальных и политических изменений в стране.

23 апреля 1985 года генеральным секретарем ЦК КПСС М.С. Горбачевым была провозглашена необходимость совершенствования существующей экономической системы. Новое руководство СССР во главе с М.С. Горбачевым использовало СМИ в качестве поиска путей выхода из застоя, а также чтобы сломить бюрократическое сопротивление реформам, для пропаганды «нового политического мышления».

Телемосты между США и СССР, Англии и СССР произвели широкое впечатление на советских телезрителей. Они поняли, как отечественная публика задавлена идеологическими предрассудками¹⁰.

Существенно ослабилась цензура, были сняты запреты на обсуждение острых политических вопросов, освещение «закрытых» тем советской истории,

⁹ Гегелова Н. С. Культурная миссия российского телевидения. Вестник Российского университета дружбы народов. 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kulturnaya-missiya-rossiyskogo-televideniya> (дата обращения: 10.04.2019).

¹⁰ Макушин А. Б. Классификация этапов развития отечественного телевизионного вещания. Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/klassifikatsiya-etapov-razvitiya-otechestvennogo-televizionnogo-veschaniya>. (дата обращения: 10.04.2019).

но под контролем партии ЦК КПСС.

Телевидение этого периода начинает брать пример с западных СМИ: копируются образы ведущих и создаются по их примеру создаются программы¹¹.

Помимо этого, на телеэкранах стало уделяться внимание социальной жизни населения. Полной свободы еще не было, однако, больше не были под запретом такие темы, как СПИД, преступность, наркомания, личная жизнь советских руководителей. Абсолютно новым явлением становится появление такого жанра как ток-шоу. На этом фоне 18 октября 1983 появляется абсолютно новый формат передачи, не имеющий в то время аналогов, который называется «До 16 и старше». Данная телепрограмма была посвящена проблемам советской молодежи. Здесь освещались актуальные проблемы молодёжной жизни: беспризорность, движение «рокеров», темы наркомании и «дедовщины», проблемы досуга и взаимоотношений в семье¹².

Изначально передача транслировалась в виде журнала, где показывались несколько сюжетов. Вскоре сюжетов становилось все больше, темы острее и данный формат стал тесен для телепрограммы. После «До 16 и старше» стала выходить в формате ток-шоу, куда приглашались известные личности, интересные молодому поколению: актеры, писатели, музыканты.

Это была первая передача, которая пользовалась стопроцентным успехом, ее смотрели как молодежь, так и взрослое поколение, потому что темы, которые раньше были запрещены, стали предметом открытого обсуждения, что вызывало огромный интерес у телезрителей.

Выпуски программы «До 16 и старше» транслировались на телеэкранах

¹¹ Алиева А. Б. Развитие телевидения в период перестройки: легенды и уроки. Научные исследования. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-televideniya-v-period-perestroyki-legendy-i-uroki>. (дата обращения: 10.04.2019).

¹² Голядкин Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. 2001. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/492189443/?*=cb2I%2BUQDj2DGRYgpKSKIK1e5ZLt7InVybCI6InhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVQaTFIZU9OVTBvOWdxXVjV15S2RZnJJoTXINaTgzS0MxR19iLWpyY0c3TC1IWWWhQWTZQb1NrS25fQVBleVJlbU9fc1JycGZWTXU1cGhtaTZCelI4RXAzSGEzV0RnMmRWNIFZbi1MeEJDWm5WWnNITFZCTmVsdzBpdIBYLTNMeFE9PT9zaWduPTI5VnlDM0QzNDIYX1JFRXQ1Q3ZUbkNRbS16ZnJYYmJsRzZ1VWVh2OG1mNzQ9IiwidGl0bGUiOiJhdHRhY2guZG9jIiwidWlkIjoiNDkyMTg5NDQzIiwieXUiOiI5ODE5NTA2MDYxNTUxMTQyMjYxIiwibm9pZnJhbWUiOmZhbnhNILCj0cyI6MTU1NzZM2NjQwMz0%3D&page=64 (дата обращения: 10.04.2019).

до 2001 года, после чего стали повторно транслировать выпуски, а новые прекратили снимать. Программа выходила на каналах: Первая программа ЦТ (1983–1991), 1-й канал Останкино (1992–1995), ОРТ (1995–2001), Интер (2002–2010).

Данный жанр обрел огромную популярность и в это время на телеэкране можно было увидеть различные виды ток-шоу: семейные, музыкальные, женские, познавательные, политические и др. Также постепенно стали появляться и набирать популярность у телезрителей музыкальные каналы. Одной из таких популярных программ в данный период была программа «Взгляд». Официально она вышла 2 октября 1987 года. Это была вечерняя информационно-музыкальная передача для молодёжи, которая представляла собой прямой эфир из студии и транслирование музыкальных клипов. Так как в стране отсутствовала возможность транслировать современную зарубежную музыку, это была первая программа, имевшая такую возможность.

С 1990 по 1993 год программа стала представлять собой аналитическое ток-шоу, а с 1994 года информационно-аналитическую программу, где особое внимание уделялось борьбе с наркоманией и такими проблемами, как мораль, безработица, бедность.

В апреле 2001 года программа «Взгляд» неожиданно для всех прекратила свою деятельность.

Выпуски изначально длились около часа, затем около 40 минут. Транслировались на следующих каналах: Первая программа ЦТ (1987–1991), 1-й канал Останкино (1994–1995), ОРТ (1995–2001).

Телевидение после падения СССР подверглось революционным изменениям. Для начала 2000-х годов стали характерны следующие особенности:

- преобразование контента из аналоговых форматов в цифровые;
- возможность перехода к доступным населению алгоритмам управления коммуникативными процессами за счет использования цифровых технологий;

- переход от вертикальной организации коммуникативных связей к горизонтальной одноуровневой структуре.

Благодаря новейшим технологиям сокращается время получения и обработки информации, существенно увеличивается ее объем, а благодаря преимуществам цифрового монтажа появилась возможность улучшить качество контента.

За время образования Российской федерации телевидение подверглось огромным изменениям: возникновение и реализация сетевого принципа распространения телевизионного контента, появление экономических аспектов и их влияние на все области телевизионного производства, исчезла государственная политическая цензура, появились предприятия различных форм собственности (государственная, частная), произошло разделение телекомпаний на производителей и вещателей, в результате чего появился рынок телевизионных программ с признаками конкуренции.

Основные характеристики развлекательного ТВ в это время: массовость, погоня за рейтингом, попытка угодить всем социальным слоям и всех возрастов.

Существует как минимум три причины объединения развлечения и массовой культуры:

- основополагающими признаками массовой культуры, как и развлечения, являются увлекательность, динамичность, занимательность;
- транслятором массовой культуры стало телевидение, которое, как и развлечение, тяготеет к эффектности и драматизму;
- идеологическую основу отдельных произведений массовой культуры легче всего прикрыть именно слоем развлекательности. и чем плотнее этот слой, тем легче воздействие на аудиторию¹³.

Телевизионная продукция стала товаром, а телевидение перевоплотилось в сферу свободного предпринимательства. Телепередачи стали восприниматься

¹³ Акинфиев С. Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения. Медиаскоп. Вып. 2. 2008. С. 58.

как реальность, а жизнь общества – как зеркало ТВ. Создатели телеконтента ориентировались, в основном, на рейтинги, а именно развлекательный сектор стал наиболее успешным с коммерческой стороны. Это является одной из главных причин бурного развития развлекательной функции на телеэкране.

Видимое развитие развлекательного телевидения в России в период 1990-2000-х годов было закономерным, predetermined происходящими в стране социально-экономическими и культурологическими изменениями, на которые телевидение дало мгновенную реакцию. В те годы каналы «брали» количеством производимых программ, но не качеством, чтобы охватить наибольшую часть аудитории. Поэтому производство развлекательного контента было ориентировано на потенциальных телезрителей телеканала усредненного интеллектуального уровня и определенных социальных групп, зачастую не обладающих хорошим вкусом. И сегодня большая часть развлекательных каналов производит продукцию, отвечающую интеллектуальным запросам и духовно-нравственным потребностям современной, но все той же «усредненной» аудитории, а количество ток-шоу значительно увеличилось.

Из западных стран в Россию также пришло понятие «инфотеймент». Инфотеймент (infotainment) – понятие, которое возникло в результате объединения двух английских слов: information и entertainment (информация и развлечение). Инфотеймент – это симбиоз информации и развлечения¹⁴. Это стиль преподнесения сообщения, когда серьезные события, действия, или идеи подаются в развлекательной, непринужденной, легкой, даже ироничной форме или с оттенком развлекательности.

Данный формат появился в США в 1980-х годах и практиковался на телевидении. Рейтинги новостных программ были низкими, из-за чего возникла необходимость отбирать информацию для выпуска. Так вскоре новости разделились на информационные и информационно-развлекательные.

Внедрение данного метода в России началось после распада СССР. Во

¹⁴ Стойков Л. Д. Гедонистическая функция медий: инфотеймент и реалити-шоу. Научно-культурологический журнал Relga. Вып. 4. 2007. URL: <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729> (дата обращения: 10.04.2019).

время экономического кризиса российские СМИ нуждались в крупных рекламодателях, что послужило причиной подачи политической и социальной информации через развлекательный аспект¹⁵.

Инфотеймент представил собой новый метод подачи информации, опирающийся на эмоциональное и зачастую даже театрализованное освещение.

Одним из первых отечественных исследований, кто применил термин «инфотеймент» в своих работах, стала Л.М. Землякова. Теоретик отмечала, что инфотеймент «выражает стремление продюсеров подавать новости в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности».

Интенсивность использования данного метода и баланс развлечения той или иной программы зависит от некоторых факторов. Первым фактором является зависимость инфотеймента от аудитории и рейтингов. Продюсеры и редакторы постоянно изучают аудиторию программ, так как от нее зависит выбор контента, стиль, темы и т.д.

На российских телеэкранах передачи в жанре «инфотеймент» стали появляться с 1990 года. В это время одной из самых ярких передач был проект Леонида Парфенова «Намедни». За все время существования программа три раза сменила жанр: с 1990-1991 – информационная программа неполитических новостей; с 1993-1996 – документальный проект «Намедни. Наша эра»; с 1997-2004 – информационно – аналитическая программа.

Нетипичными для российского телевидения в данной программе были сокращение времени сюжета, преподнесение информации, повышенный интерес к деталям, нетипичным героям и обстоятельствам, метафорически-образная трактовка событий.

В начале возникновения проекта наполнение программы было развлекательного характера. В первом выпуске от ведущего Леонида Парфенова мы можем услышать такие фразы: «На прошлой неделе вся страна узнала про то, что есть у нас такой город Комрат...», «...все мы вышли из

¹⁵ Карпенко И. И. Использование метода инфотеймента в практике современного российского телевидения. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. Вып. 28. 2017. С. 99.

комсомола, ну не из «Шинель» же Гоголя нам было выходить. С праздничком, коллеги». Во фразах мы можем услышать сарказм, юмор, а во время эфира в студии может включиться неуместная музыка, что говорит нам о том, что данная программа развлекательного характера¹⁶.

Таким образом, в 90-х годах двадцатого века развлекательное телевидение находится в поиске новых форм и жанров развлечения. Однако, в это время появляются программы, сочетающие в себе несколько функций: развлекательная и информационная, развлекательная и социально-ориентирующая.

Наиболее разнообразным развлекательное телевидение стало лишь в начале 21 века. Активное развитие получили такие жанры, как реалити-шоу, семейное ток-шоу, юмористические передачи и телеигры. Одной из главных причин является переход индустриального общества из постиндустриальной цивилизации в медийную, информационную, виртуальную, где отдых и досуг играют значимую роль.

На экранах стали появляться такие программы, как «За стеклом», где зрители могли наблюдать за героями в режиме реального времени, а также голосовать за него; «Фабрика звезд», где реалити-шоу совмещено с музыкальным. Выход этих программ стало значимым событием для российского телевидения, определив этим его дальнейшее развитие.

В это время канал СТС первым закрепил неофициальный статус «развлекательного телевидения». Главными направлениями данного канала стали: направление на определенную возрастную группу, создание оригинального качественного контента, доминирование в телевидение развлекательного контента и отказ от низкокачественного контента¹⁷.

¹⁶ Карпенко И. И. Использование метода инфотеймонта в практике современного российского телевидения. 2017. С. 100.

¹⁷ Горбачев М. С., Красильщик И. И. История русских медиа 1989-2011. Москва, Компания "Афиша". 2011. С. 93-94.

На сегодняшний день доля развлекательного контента продолжает расти, создаются новые проекты, а сетке вещания даже появляются развлекательные каналы.

В отраслевом докладе федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (далее – Доклад) упоминается следующее: «Несмотря на процессы фрагментации аудитории, свидетельствующие об углублении различий в телевизионных предпочтениях различных групп россиян, массовые телевизионные вкусы остаются неизменными. Массовая аудитория предпочитает развлекательный контент. В годовых топ-листах телеканалов доминируют телесериалы и художественные фильмы, развлекательные программы, музыкальные и игровые шоу»¹⁸.

Среди телеканалов по просмотрам доминируют федеральные каналы (31 %): «Первый канал», «Россия 1», НТВ; 21 % – крупнейшие коммерческие телесети («Пятый канал», ТНТ, РЕН ТВ, СТС). Весь остальной объем телепотребления приходится на нишевые «эфирные» каналы, более 200 неэфирных каналов измеряемого тематического телевидения, а также на многочисленные региональные каналы (полновещательные и партнеры телесетей).

Таким образом, в начале 21 века произошел бурный рост развлекательных программ и каналов, появление собственных передач, пользующихся большой популярностью, развитие старых жанров и появление новых форматов.

Отечественное развлекательное телевидение прошло долгий путь становления. Советский период мы можем разделить на три этапа: на первом происходит начальное становление развлекательных программ, второй этап проходит под цензурным гнетом, третий этап мы можем охарактеризовать Перестройкой и большой социальной направленностью телевидения.

¹⁸ Цит. по: Варганова Е. Л., Коломийца В. П. Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2018. С. 90.

В российском телевидении развлекательное ТВ переживает два этапа. Первый этап – переходный, он характеризуется низким качеством развлекательного сектора связи с неопытностью в создании такого рода контента и неразборчивостью в аудитории. В этот период лишь начинает формироваться жанровая система развлекательного телевидения.

Второй этап – современный, он связан с окончательным формированием развлекательной функции на ТВ, а также проникновением этой функции в другие секторы телевидения.

1.2 Региональное телевидение в системе российского телевидения

Современная национальная телеиндустрия складывалась на протяжении двух постсоветских десятилетий. Она прошла путь от централизованного государственного телевидения, выполняющего, прежде всего, идеолого-воспитательные функции, до аудиовизуального контента с различными функциональными задачами, техническими каналами и источниками финансирования¹⁹.

Расцвет регионального отечественного телевидения пришелся на конец советской эпохи, когда стали появляться первые негосударственные телекомпании такие, как «ТВ «Сибирь» в Барнауле, «Тивиком» в Улан-Уде и другие. Фатыхова М. Х. в своей работе писала, что «с начала 1990-х годов в общественно-политической жизни России возникла качественно новая ситуация. Как следствие, многое изменилось как в целом в СМИ, так и в телевизионной журналистике. Так, перед региональным телевидением встали новые задачи: упрочить свою самостоятельность в условиях перехода к рыночным отношениям, выработать новую оптимальную модель местной студии телевидения»²⁰.

После распада СССР появилось огромное количество региональных телекомпаний, которые в будущем получили огромную популярность и

¹⁹ Лизунова И. В. Региональное телевидение в России накануне всеобщей дигитализации: «болевы точки» развития. Интерэкспо Гео-Сибирь. Вып. 1. Том 6. 2014. С. 117-119.

²⁰ Цит. по: Фатыхова М. Х. Особенности развития регионального ТВ (на примере телевидения республики Татарстан). Ученые записки Казанского университета. №4. 2008. С. 178-180.

необходимость у местных жителей.

Современное телевидение можно классифицировать по различным признакам:

- по форме собственности (государственное, частное, смешанное);
- по способу трансляции (эфирное, кабельное, спутниковое);
- по специфике деятельности (универсальное, специализированное);
- по охвату вещания (географический рынок).

Благодаря последнему признаку мы можем выделить общенациональное и региональное телевидение. Первое отличается тем, что трансляция ведется на всех телеэкранах страны, а во втором случае вещание осуществляется на город, или же федеральный округ, область, край.

В отличие от федеральных каналов региональное телевидение обладает гораздо большей зависимостью от внешних обстоятельств, от учредителя, от рекламодателя, от властных структур и общественного мнения.

Региональное телевидение подразумевает под собой совокупность местных телеканалов, которые предлагают зрителям такой контент, затрагивающий проблемы и интересы жителей данного региона.

Местное телевидение за годы существования заняло определенное место в жизни жителей регионов. Это обусловлено конкретностью информации, опирающейся на факты из жизни данного региона и учитывающей его исторические, географические, народно-хозяйственные, социально-культурные, демографические особенности, также сюда можно включить и языковые особенности региона.

Н.В. Зверева выделяет несколько достоинств местного телевидения:

- близость к зрителю;
- универсальность;
- сотрудничество с центральными каналами;
- особая роль регионального ТВ в жизни регионов²¹.

В отличие от центрального телевидения информационные передачи

²¹ Зверева Н. В. Школа тележурналиста. Нижний Новгород: Издательский дом Минакова. 2009. С. 123.

местного телевидения должны иметь свою отличную специфику: актуальность, достоверность, оперативность и т.д. На региональных каналах информационные программы имеют не менее важную роль, чем на федеральных. В информационных программах региональных телекомпаний звучит голос местного руководства, дается оценка власти и состояния жизни населения региона. Спрос на информационную продукцию регионального вещания возрастает с каждым днем²².

Региональное телевидение в первую очередь выполняет такие функции, как информационную и социальную идентификацию. Эти функции помогают жителям городов России соотносить себя и свою жизнь с жизнью своего региона. Однако, лишь местное телевидение может рассказать и показать основные события, проблемы, лица, историю города, области или же края. Их основная ниша – освещение жизни в регионе.

Рассматривая сетку регионального телевидения, мы можем заметить, что интересы зрителей направлены в сторону информационного вещания, а самой востребованной программой являются новости.

Сетка вещания местных телеканалов значительно отличается от сетки вещания федерального канала. В регионах пытаются транслировать те программы, которые будут более интересны для местной аудитории. В будние дни основой сетки вещания являются информационные программы (новости и аналитика), а выходные и праздничные дни – развлекательные и культурные. Выходные дни, как правило, проигрывают будним по рейтингам как раз по той причине, что в выходные дни телеканал ориентирован на развлекательный контент, который зрители предпочитают смотреть на федеральном канале. Помимо этого, в выходные дни в сетку вещания ставят культурно-просветительские программы, сериалы, кинофильмы, музыкальные программы²³.

Наличие развлекательных программ на региональных телеканалах, увы,

²² Тотрова М. М. Современное состояние телевидения в России. Студенческий. № 1. 2018. С. 73.

²³ Вырковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой революции. Монография. 2014. С. 99.

проигрывают федеральным. На местном ТВ развлекательные программы особенно недолговечны и этому есть несколько причин. Такие причины приводит в своей работе А.С. Новоженина:

- политическая ангажированность местных СМИ;
- скудное техническое оснащение;
- слабая профессиональная подготовка кадров²⁴.

Помимо этого, причинами закрытия проектов может быть удаленность от центра, невозможность выхода на общероссийскую аудиторию, невозможность получения юридической помощи в полной мере, ко всем этим причинам также можно добавить финансовые проблемы на телеканалах, потребность региональной аудитории именно в информационных и аналитических программах, так как развлекательные программы большое количество телезрителей предпочитают смотреть на федеральных каналах. Однако, мы можем сказать, что огромной популярностью на региональных каналах пользуются именно утренние развлекательные программы с использованием прямого эфира и интерактива, т.е. включение зрителей в действие, разворачивающееся в студии. Прямые эфиры вызывают у зрителей ощущение доверительного контакта, а героями программы становятся «земляки», в которых местная публика видит человека, похожего на себя, сталкивающегося с такими же проблемами, говорящего таким же говором. Однако, как мы уже сказали выше, в силу определенных причин развлекательные программы на региональных телеканалах недолговечны, проекты достаточно быстро закрываются.

В пример мы приведем сетку вещания местного телеканала Амурской области, города Благовещенска «Альфа-канал» за будний день 29.05.2019 г. (таблица 1).

Таблица 1 – Сетка вещания «Альфа-канала»

²⁴ Новоженина А. С. Особенности функционирования развлекательных программ на региональном телеканале (на материале телеканалов Курска и Орла). Череповецкого государственного университета. Вып. 2. 2014. С. 121-122.

06:30	Мультфильм
06:55	Х/ф «Враги»
08:25	Т/с «Такси»
08:55	Мультфильм
09:05	Т/с «Гречанка»
09:55	Х/ф «Мастер»
12:30	Альфа-новости
12:50	Простые вопросы
13:00	Мультфильм
13:25	Т/с «Гречанка»
14:20	Мультфильм
14:55	Т/с «Сделано в СССР»
15:50	Т/с «Бомба»
16:40	Д/ф «Лубянка»

Продолжение таблицы 1

17:30	Т/с «Участок лейтенанта Качуры»
18:30	Альфа-новости
18:50	Простые вопросы
19:05	Мультфильм
19:25	Т/с «Бомба»
20:15	Мультфильм
20:50	Т/с «Такси»
21:30	Альфа-новости
21:50	Простые вопросы
22:05	Сканер
22:15	Х/ф «Экипаж машины боевой»
23:20	Д/ф «Лубянка»

Так как телеканал ТНТ является развлекательным, то мы можем увидеть

множество мультфильмов, фильмов и сериалов, которые идут в течение дня. Однако, на местном ТК «ГНТ. Благовещенск» мы можем заметить в сетке вещания информационные программы «Альфа-новости» (новости дня), «Простые вопросы» (студийное интервью, где обсуждаются проблемные и общественно-значимые темы) и «Сканер» (ДТП и происшествия в городе за прошедший день), которые транслируются утром, в обед и вечером, кроме программы «Сканер» (только вечером).

Также для примера приведем сетку вещания местного телеканала Амурской области, города Благовещенска «Альфа-канал» за выходной день 05.06.2019 г. (таблица 2).

Таблица 2 – Сетка вещания «Альфа-канала»

06:30	Концерт Игоря Крутого «Мой путь»
Продолжение таблицы 2	
08:05	Т/с «Свидание со вкусом»
09:00	Д/ф «А La Cart»
10:00	Х/ф «Альдабра. Путешествие к таинственному остров»
11:20	Т/с «Саша-Сашенька»
12:40	Т/с «Отель «Эдем»
14:25	Х/ф «Дирижер»
16:10	Х/ф «Уроки вождения»
17:55	Т/с «Мисс Фрайни Фишер»
18:55	С любимыми не расставайтесь
19:25	Т/с «Мисс Фрайни Фишер»
20:25	Х/Ф «Враги»
21:55	Х/ф «Мастер»
00:20	Концерт Дмитрия Маликова "О чем мечтает пианист"

Из данной таблицы мы можем сделать вывод, что в выходной день на региональном телеканале полностью отсутствуют информационные программы. Большую часть сетки вещания занимают сериалы и художественные фильмы. Также присутствуют музыкальные программы такие, как «Концерт Дмитрия Маликова «О чем мечтает пианист», концерт Игоря Крутого «Мой путь», а также авторская региональная программа «С любимыми не расставайтесь» в жанре интервью, в которой героями становятся публичные личности как города Благовещенска, так и России. Автор ведет с героем «душевный разговор», раскрывая его личность. Информационные и новостные выпуски абсолютно отсутствуют в отличие от будних дней.

По последним данным TNS за период с 29.04.2019 по 05.05.2019 в городах России (население 100 тыс.+) программами-лидерами развлекательного жанра по рейтингу являются «На самом деле» (4.0 %) и «Пусть говорят» (3.9 %), юмористические передачи – «100янов» (3.1 %). Все эти передачи идут по федеральным каналам «Россия-1» и «Первый канал», что и подтверждает тот факт, что телезрители регионов предпочитают смотреть развлекательные программы на федеральных каналах, нежели информационные.

Из отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития» (далее Доклад) можно узнать, что сегодня телевидение остается главным средством массовой информации в России, а просмотр телепрограмм — самой массовой практикой медиапотребления. Помимо этого, растет техническая оснащенность домохозяйств различными медийными устройствами. По оценке аналитического центра НСК, в городах РФ почти половина домохозяйств используют цифровые способы приема телевидения хотя бы на одном телевизоре. Наиболее ощутимым результатом цифровизации телевизионной доставки является рост числа телеканалов в семьях россиян. В 2017 году в городских домохозяйствах было доступно в среднем 64

телеканала²⁵.

По результатам социологических опросов, опубликованных в Докладе, стало известно, что более 80 % взрослого населения смотрят телевизор хотя бы раз в неделю несмотря на то, что заметно снизилась телевизионная активность среди молодежи, людей среднего возраста и детей от 4 до 10 лет. Однако, средние показатели телепотребления среди населения России остаются довольно высокими по сравнению с общемировыми. Так, по среднему показателю телепотребления Россия обходит другие страны.

Согласно данным Доклада, в начале 2017 года 45 % жителей России регулярно обращаются к региональному телевидению. Кроме того, телевизионные новости и информационные программы на региональных каналах смотрят до 84 % россиян. Доля аудитории региональных каналов по стране составила 3,4 %.

Мы можем сделать вывод, что региональное телевидение является неотъемлемой частью населения города, округа, области, края, именно здесь жители регионов могут получить подробную информацию об основных событиях, проблемах, лицах и местной истории, также на данных телеканалах присутствуют особенности языка местных жителей. Однако, программы развлекательного жанра телезрители регионов предпочитают смотреть на федеральных каналах. Сетка вещания регионального телевидения заметно отличается в будние и в выходные дни. В будни на телеэкранах в течение дня транслируются информационные программы – новости и аналитика. Выходные дни характеризуются низким рейтингом и отсутствием в сетке информационных программ, их заменяют развлекательные, музыкальные, культурно-просветительские программы, а также сериалы и кинофильмы. Это признаки отличают региональные телеканалы от федеральных.

1.3 Жанры и форматы современных развлекательным программ

²⁵ Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад под общей редакцией Е. Л. Варганова, В. П. Коломийца. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2016. 115 с.

Программа развлекательного формата способна удовлетворить хотя бы одну из перечисленных потребностей зрителя: снять напряжение, подарить положительные эмоции, помочь осмыслить увиденное на эмоциональном уровне, привести к состоянию эскапизма (ухода от реальности)²⁶.

Но дать четкое определение такого неоднозначного термина как «развлекательная программа», ссылаясь только на один из вышеописанных признаков, невозможно. В противном же случае будет нельзя их классифицировать.

Поэтому, обратимся к классификации жанров, данной исследователем Акинфиевым, согласно которой, развлекательная программа на телевидении – это программа, сочетающая в себе признаки азарта, юмора, игры, рассчитанная на эмоциональную реакцию аудитории, связанную с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и релаксации²⁷.

Гибридизация – это главный признак, позволяющий классифицировать то или иное зрелище как шоу. Все виды телевизионного шоу стремятся к одной цели – вызвать всплеск эмоций у телезрителей. Ради этих эмоций создатели шоу идут на все, так как знают, что зрители за это шоу заплатят им высоким рейтингом.

Развлекательные программы, по классификации С.Н. Акинфиева, делятся на реалити-шоу, ток-шоу, хроники, викторины и шоу.

Как считает исследователь Акинфиев, основной признак реалити-шоу – наблюдение за жизнью героев передачи в реальном времени, обращение к реальности во всех ее проявлениях.

Несмотря на то, что все реалити-шоу имеют общий принцип, их можно разделить в соответствии с тематикой программы – именно она движет и развивает действие в передаче. По мнению Акинфиева, программы формата реалити-шоу эксплуатируют, прежде всего, человеческие инстинкты и эмоции, это передачи, построенные по принципу «отношения – конкурс – изгнание». К

²⁶ Варганова Е. Л. СМИ России как индустрия развлечений. Медиаскоп. Вып. 4. 2009. С. 26.

²⁷ Акинфиев С. Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения. 2008. С. 59

таким программам относятся: «За стеклом» (ТВ-6), «Дом-2» (ТНТ), «Последний герой» (Первый канал). Цель проекта не столько в победе участника, сколько в проверке способностей участника, умения «выживать», его отношений с другими персонажами.

К формату реалити-шоу Акинфиев относит программы, в которых акцент сделан на саморазвитие участника шоу, его становление в выбранной стезе. В качестве примеров можно выделить такие проекты как, «Фабрика звезд», «Голос» (Первый канал), «Голод» (ТНТ). На первый взгляд, внешняя атрибутика программ схожа с первой группой. Но разница все же есть: в проектах второй группы проигрыш и победа участника зависит от его умений, а не от отношений с коллективом. Хотя социальное чутье является важнейшей составляющей успеха героя, это качество уходит на второй план.

Так, например, С.Н. Ильченко в своем пособии разделяет ток-шоу на три категории, согласно аудитории, для которой они предназначены: семейные, женские и узкоспециализированные²⁸.

- «женские» ток-шоу. В такой программе поднимаются вопросы, важные для дамской аудитории: модные новинки, советы по уходу за собой, личная жизнь знаменитостей. Они рассматриваются через призму женского восприятия мира, герои повествования и ведущие программы – женщины: «Без комплексов» (Первый канал), «Я сама» (НТВ), «Лолита. Чего хочет женщина» («Россия»);

- «семейные» ток-шоу. Такие передачи ориентированы на семью, обсуждаются проблемы, с которыми сталкивается каждый член семьи вне зависимости от его половой принадлежности: «Принцип Домино» (НТВ), «Моя семья» («Россия»), «Научите меня жить» (ТВЗ) «Пусть говорят» (Первый канал);

- узкоспециализированные ток-шоу, в них происходит разделение по специфическим интересам зрителя (например, музыкальные, кулинарные,

²⁸Ильченко С. Н. Система жанров отечественного ТВ и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Академия медиаиндустрии (Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания). 2012. С. 47-48.

медицинские программы): «Группа разбора» (МузТВ), «Жить здорово» («Первый канал»), «12 злобных зрителей» (MTV), «Смак» (Первый канал).

Говоря о жанре хроники, приведем слова С.Н. Акинфиева: «Хроники – это передачи, в которых акцент сделан не столько на реальности происходящего, сколько на развлекательной составляющей передачи». Здесь герою нужно не развивать взаимоотношения с другими участниками, а доказать свое право на абсолютное лидерство в выбранной сфере.

В таком шоу принять участие может не один человек, а целая команда: «Перехват» (НТВ) «Самый сильный человек», «Битва экстрасенсов» (ТНТ), программы Первого канала: «Король ринга», «Звезды на льду», «Цирк со звездами».

Следующий жанр, выделенный Акинфиевым – викторины. С 1989 года они стали неотъемлемой частью российской сетки вещания. Их в дальнейшем массовому производству способствовало появлением первых российских викторин: «Brain-ринг» и «Счастливый случай».

Центральной фигурой программ этого жанра всегда выступает ведущий, поэтому, викторины можно разделить на две группы, «в зависимости от того, кто является антагонистом ведущему в ходе игры: один игрок или команда». Викторины, в которых каждый раз ведущему противостоят новые, незнакомые игроки: «Сто к одному» (РОССИЯ), проекты Первого канала: «Кто хочет стать миллионером», «Поле чудес» и «Угадай мелодию».

Акинфиев разделяет шоу на «концерты» и «юмор»²⁹. К первым можно отнести прямые трансляции масштабных событий и фестивалей, юбилейные праздники знаменитостей и просто набор эстрадных номеров и сценических зрелищ. («Рождественские встречи» (Россия) «Субботний вечер» (Россия)). Вторая группа это: такие юмористические программы как «Аншлаг» («Россия»), «КВН» (Первый канал), «Кривое Зеркало» (Первый канал). Основа

²⁹ Акинфиев С. Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения. Медиаскоп. 2008. С. 60.

этих передач заключается в выступлении юмористов, разыгрывающие миниатюры собственного сочинения.

Скетч-шоу (комедийные сценки хронометражем 2-5 минут, сыгранные группой актеров) также относятся к юмористическим программам. Этот жанр появился на российском ТВ в 90-ые годы: «Оба-на» (ОРТ), «Маски-шоу», «Городок» («Россия»), «Осторожно, модерн» (СТС) «Джентльмен-шоу» (РТР). В современной действительности к этому жанру можно отнести такие проекты как: «Дорогая передача» (Рен-ТВ), «Каламбур» (ДТВ), «Шесть кадров» (СТС), «Наша Russia» (ТНТ). Популярность стендап-комеди набирает обороты: Comedy club, Comedy Women, Stand Up. Смысл этих проектов в способности актеров и ведущих свободно общаться с публикой, подшучивая над ней, обсуждать модные темы. В.Л. Цвик выделяет следующие функции шоу: непосредственно-организаторская (распространение в повседневной жизни), культурно-просветительская: «Однако, как правило, именно шоу-программы представляют собой классический вариант развлекательной программы».

Ток-шоу – talk-show («разговорное зрелище») – представляет собой живой диалог со зрителями на актуальные темы. Обязательными составляющими данного жанра являются – ведущий, герои, эксперты, аудитория в студии («массовка») (например, «Пусть говорят», «Мужское и женское»).

Что касается вечерних шоу (latenight show), этим английским неологизмом обозначается ток-шоу с элементами юмора, которое развлекает своих зрителей поздно ночью. Его классический формат подразумевает наличие ведущего, чьи монологи, порой непредсказуемые, снятые крупным планом, разбавляются stand up-выступлениями (сценка перед живой публикой, задуманная на определенную тему).

В студию приглашаются знаменитые гости, с которыми непринужденно беседует ведущий. Разговор может происходить как с одним гостем, так и сразу с несколькими. Живое музыкальное сопровождение – обязательный элемент latenight show.

Как правило, это инструментальный оркестр, задача которого реагировать на реплики ведущего и исполнять звуковые отбивки, которые разграничивают тематические блоки программы. Живое выступление знаменитого исполнителя, или популярной музыкальной группы завершает выпуск программы. Как правило, latenight show выходят пять раз в неделю транслируются в записи, имея тридцатиминутный хронометраж. Именно такого формата придерживается программа «Вечерний Ургант», первый выпуск которой вышел в эфир 16 апреля 2012 года. Программа выходит каждую неделю с понедельника по пятницу.

Следующий жанр – телевизионное интервью. Оно представляет собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам, или же мы можем сказать, что это обмен мнениями, взглядами, фактами, сведениями. Главная и значимая черта телевизионного интервью – зрелищность. Зачастую источником информации служит не звучащая речь, а также мимика, жесты, поведение собеседников («Пока все дома», «Простые вопросы»).

Наряду с основными жанрами важной составляющей современного вещания становится феномен инфотейнмента. Он работает по формуле информация + развлечения, т.е. преподнесение основной информации, идет в форме развлечения. Это явление проникает практически во все сферы телепроцесса. Возможно, уже говорить о том, что новостные программы транслируются с некой долей упрощенности и развлекательности, для того, чтобы быть доступнее и интереснее.

Таким образом, развлекательные программы являются одной из форм проведения досуга, свободного времени, которая позволяет зрителю снять эмоциональное напряжение, отдохнуть без специальной подготовки. На сегодняшний день происходит изменение прежней системы жанров, расширяются функции развлекательного телевидения, возникают новые жанровые модели. Все отчетливее игровая природа телевидения проявляется не только как одного из основных массовых медиа, но и отвечает определенным

социально – психологическим потребностям зрителей, создает способ интерпретации реальности.

Типологические характеристики развлекательного телевидения в России являются в последнее время предметом пристального изучения. Основным критерии типологизации является целевая установка и жанровые формы, позволяющие выделять различные виды телепрограмм. Игровая природа телевидения проступает все отчетливее не только как одного из самых массовых медиа, но и как, отвечающего определенным социально-психологическим потребностям зрителя, способа интерпретации реальности.

На современном этапе происходит трансформация прежней системы жанров, образуются новых жанровые модели, расширяются функции телевидения и телевизионной журналистики.

1.4 Роль ведущего в развлекательных программах

Развлекательная программа должна быть интересной, неожиданной и цеплять зрителя, чтобы он остался именно на этом канале, а сделать ее такой можно только благодаря ведущему. Ведущие всегда сводят элементы шоу в единую связку, а телезрители никогда не знают, каким способом он перейдет к следующей рубрике или теме. Прежде всего, ведущий развлекательной программы – это носитель того или иного представления о транслируемой реальности. Взаимная коммуникация между зрителем и ведущим – форма идейно-эмоционального и эмоционально-эстетического общения. Отсюда мы можем сделать вывод, что эффект соучастия и сопереживания зрителя становится важнейшей характеристикой развлекательной передачи³⁰.

Телеведущий какой-либо программы должен владеть определенными компетенциями и качествами. Мы рассмотрим какими компетенциями должен обладать ведущий именно развлекательной программы.

В эти компетенции входят: личностные качества, деловые качества и приобретенные знания, умения, навыки.

³⁰ Фукс Д. А. Телевизионные развлекательные программы как феномен современной массовой речевой культуры. Вестник культуры и искусств. Вып. 4. 2013. С. 112.

В своем исследовании И.П. Смирнова выделяет основные ключевые компетенции телеведущего:

- профессионализм – умение применять профессиональные знания в полном объеме при решении задач, связанных с профессиональной деятельностью. Высокий профессионализм должен включать в себя наличие опыта и особые личностные качества;

- креативность – способность создавать новые идеи;

- инициативность – готовность брать на себя новые задачи и осуществлять новые подходы к решению профессиональных задач;

- интуиция – умение предвидеть развитие событий, соответствовать требованиям аудитории, а также понимать запросы телезрителей;

- социальная адаптивность – умение приспосабливаться к новым условиям, работать в быстроменяющихся условиях, способность к самосовершенствованию;

- ответственность – способность брать на себя необходимые требования за свою работу, а также за информацию;

- стрессоустойчивость – способность справляться со стрессом, не позволять ему влиять на профессиональную деятельность;

- высокие стандарты поведения;

- владение на высоком уровне вербальными и невербальными средствами выразительности;

- правильные мотивационно-целевые доминанты – общение телеведущего с публикой, оттого как он «видит» окружающий мир зависит впечатление участников и телезрителей программы;

- мировоззренческая зрелость телеведущего – глубина познания им реальной действительности и собственной личности³¹.

Кроме того, требования и рекомендации подбора телеведущего описываются в руководстве для создателей передач ВВС:

³¹ Смирнова И. П. Ключевые компетенции телеведущего: от таланта к профессионализму. Журналистика и медиаобразование. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. Белгород: Белгородский государственный университет. 2008. С.112-113.

- внешность (например, рекомендуется следить за весом);
- голос и речь;
- здоровье;
- жизненный опыт и образование, а также знание людей и жизни;
- чувство юмора, умение посмеяться над собой и над своим трудным положением;
- ум и находчивость;
- хорошая реакция;
- выносливость;
- искренность;
- умение работать в коллективе;
- терпение;
- энтузиазм (т.е. воодушевление и энергичность);
- воображение³².

Важнейшей компетенцией является грамотная речь, а голос инструментом телеведущего. Техника речи включает в себя четыре раздела: дыхание, голос, дикция, орфоэпия. Звук голоса, его тембр вызывает эмоции, а также он способствует внушению информации. Голос должен быть твердым, хорошо поставленным, каждое слово должно четко слышаться, главная обязанность – говорить ясно и правильно.

Как правило, общих критериев компетенций для телеведущего нет, ведь все зависит от жанра, формата и темы передачи. Однако, главным индикатором остается отношение телезрителей.

Помимо необходимых критериев, ведущий должен обладать набором определенных внешних и внутренних качеств, которые обеспечат ему привлекательность, а также отразятся в его профессиональном имидже.

Примером могут служить популярные ведущие на российском телевидении: И. Ургант, Т. Канделаки, А. Малахов, А. Гордон. Уникальными

³² Руководство для создателей передач Би-би-си : (Пер. с англ.). Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. ИПК работников телевидения и радиовещания. 1995. URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/bbc2.htm> (дата обращения: 16.04.2019).

их сделали стиль их вещания, поведения, манера речи, а также имидж, который они себе создали в глазах телезрителей.

Имидж в большом словаре иностранных слов трактуется как «образ делового человека, представление о нем, складывающееся у окружающих, репутация». Также имидж или статусный образ понимается как составная часть определенной социальной роли. Имидж отражает не все качества ведущего, а лишь те, которые наиболее привлекательны для зрителя³³.

Кроме того, внешние детали ведущие – одежда, прическа, стиль поведения должны опираться на его реальные внутренние качества, ведь имидж это не просто внешняя оболочка, это определенный психологический склад и неповторимость человека.

Телевидение позволяет установить со зрителем личностный характер общения. Также оно создает такие условия, чтобы у зрителя сформировались три своеобразных состояния общения: "эффект присутствия", "эффект диалогичности" и "эффект доверительности".

Эти эффекты позволяют телевидению выступать мощным коммуникационным фактором, который воздействует на массовую аудиторию разного возраста, формирует их мировоззрение. А уже эффективность телевизионного общения со зрителем определяется личностным имиджем телеведущего³⁴.

При создании развлекательных программ главное требование к ведущему – уметь по-новому взглянуть на происходящее, а также умение найти занимательную информацию, интересные детали.

Во время съемочного процесса журналист может выступать автором, редактором, а также организатором выпуска. Именно корреспондент заботится о композиции материала, является руководителем съемочной группы, а также решает режиссерские задачи по работе с оператором.

³³ Филина Е. В., Рукавишников Л. А. Специфика создания имиджа ведущего культурно-досуговых программ. Международный студенческий научный вестник ГБОУ ВПО. 2014. URL: <http://files.scienceforum.ru/pdf/2014/2783.pdf> (дата обращения: 16.04.2019).

³⁴ Фукс Д. А. Телевизионные развлекательные программы как феномен современной массовой речевой культуры. 2013. С. 113-114.

С. Н. Акинфеев в своем исследовании выделяет четыре типа ведущих для определенного типа передачи – телеигра, реалити-шоу, ток-шоу и юмористическая программа.

Ведущий реалити-шоу не имеет морального права влиять на какие-либо события в проекте, а также он не может показывать, что поддерживает кого-либо из участников. Помимо этого, ведущий не должен вмешиваться в происходящее внутри шоу, иначе программа теряет эффект неожиданности, а у зрителей это может вызвать неуверенность и сомнение в честности создателей программы. Ведущий в реалити-шоу необходим как связующее звено между участниками и телезрителями, его роль в программе должна быть минимальна. Он необходим для того, чтобы рассказывать зрителям о проекте, представлять его участников, для того, чтобы проводить конкурсы и предупреждать о предстоящих испытаниях.

Ведущий телеигр, в отличии от ведущего реалити-шоу наоборот, главный герой, который противопоставлен сменяющим друг друга участникам. В зависимости от манеры вести себя во время передачи такие ведущие делятся на два вида. Первый – ведущие, который используют вид строгого судьи, который задает вопросы и беспристрастно выдает верные ответы. Второй вид ведущего, в отличии от первого, подключает к игре телезрителей и зрителей в судии. Главным преимуществом такого ведущего является не столько умение работать с аудиторией, сколько умение найти общий язык с участниками и зрителями программы.

Ведущий ток-шоу всегда заслуживает большего внимания, нежели участники или зрители. Такой ведущий должен соответствовать определенному набору критериев, чтобы добиться желаемого результата.

- беспристрастность, умение управлять аудиторией. Ведущий должен быть, с одной стороны, в самом центре внимания, а с другой – стараться как можно меньше вмешиваться в ситуацию. Но самое главное качество, которым должен обладать ведущий ток-шоу, это умение быть главным, быть «над» другими участниками. Он всегда должен держать ситуацию в студии под

контролем и не позволять всплески эмоций, которые могут увести разговор в другое русло или же привести к дискуссии.

- помощник и советчик. Ведущий должен грамотно сочетать в себе индивидуальность и привлекательность для зрителей.

- умение говорить вовремя. Основная сложность этого критерия в том, что, с одной стороны, ведущий должен тщательно проработать предполагаемую полемику заранее, а с другой стороны, он должен постоянно импровизировать, обыгрывая этим какие-либо непредвидимые ситуации.

- доброжелательность. Ведущий обязан уметь находить общий язык с участниками программы, а также сделать так, чтобы они нашли общий язык друг с другом и чтобы точка зрения одного участника была обязательно донесена до других. Главным для ведущего должно стать желание помочь и понять, иначе исчезнет смысл программы, а также воспитательные, интегрирующие и прочие функции, которые заложены в этом направлении вещания.

Ведущий шоу-программы должен быть привлекательным и остроумным, должен уметь создавать позитивный настрой, а также представлять сменяющие друг друга номера и исполнителей. Больше требований к нему не предоставляется, в отличие от других ведущих³⁵.

Ведущий развлекательных телепрограмм должен чувствовать происходящее, его интригу и напряжение, делать передачу более захватывающей для зрителей. Огромное значение имеет яркая индивидуальность и неповторимость личности телеведущего. Он должен уметь давать выход эмоциям, развлекать, доставлять эстетическое удовольствие³⁶.

Также немаловажным фактором являются внешние данные телеведущего. Он не должен быть идеальной модельной внешности или же, наоборот, отталкивающей неприятной, так как такой ведущий будет отвлекать зрителя от самой сути телепрограммы и восприятия информации. Необходима

³⁵ Акинфиев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения. Автореферат дис. Кандидата филол. наук. Вестник Московского Университета. Вып. 6. 2008. С. 21-25..

³⁶ Арапова Э. И. Имидж телеведущего. Вестник ВГУ. Вып. 1. 2014 С. 124-125.

привлекательность: отсутствие ярко выраженных меток (родимые пятна, шрамы, татуировки и т.д.), приятная мимика, аккуратная прическа (наличие авангардных стрижек может быть на молодежных или музыкальных каналах), нормальная соразмерность черт лица, здоровый вид, белые, ровные зубы.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что для телеведущего нет определенных общих критериев. Однако, мы выяснили какие критерии и личностные качества необходимы для телеведущего развлекательной программы, основными являются – креативность, яркая личность, внешняя привлекательность, умение развлекать и импровизировать.

2 АНАЛИЗ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТВ НА ПРИМЕРЕ «АЛЬФА-КАНАЛА»

Выбор анализируемых в работе программ мотивирован тем, что все данные программы выполняют развлекательную функцию и транслируются на развлекательном телеканале ТНТ.

В качестве объекта изучения мы взяли развлекательные программы регионального телеканала «Альфа-канал», который транслируется в сетке вещания ТНТ канала.

2.1 Краткая характеристика ТК «Альфа-канал»

В этой главе мы рассмотрим возникновение в сетке вещания ТК «Альфа-канал». Проанализируем его формат и соответствие этому формату.

Данный телеканал транслируется как на цифровом, так и на кабельном телевидении. Цифровой вариант телеканала называется «Альфа-канал», а кабельный «ТНТ-Альфа (Благовещенск)». Время показа программ отличается. Например, «Альфа-новости» на цифровом телевидении транслируются в 06:50, 12:30, 18:30 и 20:15 в течении дня. На кабельном же телевидении в 6:50, 13:00, и 20:15.

«Альфа-канал» впервые начал свое вещание 12 февраля 2001 года, 18 лет назад. Вещает данная телекомпания на 27 дециметровом канале. Зрительская аудитория составляет около 300 тысяч человек. В сетке вещания «Альфа-канал» охватывает город Благовещенск и территорию в 60 километров от него. ТК «Альфа-канал» является сетевым партнером ТНТ канала. Данный телеканал представляет зрительскому вниманию подбор зарубежных и отечественных художественных фильмов, телешоу для разной возрастной аудитории, а также различные развлекательные программы. Однако, региональный ТНТ канал проигрывает федеральному в наличии у себя в сетке вещания развлекательных программ.

Ведущей первой на «Альфа-канале» программы «Новости» была Эльвира Оверченко. В выпусках «Новостей» журналистка говорила о собственной

премьере, о предстоящих выборах, о возвращении из Чечни амурских милиционеров, а еще историю ребенка, от которого отказались вичинфицированные родители. Уже тогда прямо в студии медикам передали немалую сумму пожертвования от неизвестного благотворителя. На сегодняшний день вопросы и темы, волнующие телезрителей, остались те же, сменились лишь ведущие и герои. Снятые амурчанами кадры часто становятся главными в выпуске новостей.

На сегодняшний день в сетке вещания ТК «Альфа-канал» можно увидеть следующие проекты:

Информационные телепрограммы:

- каждую субботу показывают еженедельные новости «Неделя. Хроника событий культурной жизни Приамурья». Этот проект ведет Наталья Овсийчук, она рассказывает об амурских музыкантах, артистах, художниках, о работниках музеев, библиотек и людях, которые увлекаются искусством. Героями программы становятся именно областные таланты. Случаются интервью и с теми, кто приезжает в Приамурье на гастроли;

- «альфа-канал: Бизнес-новости» – новости о тенденциях и перспективах финансового рынка;

- «сканер» – зрителю ежедневно предоставляется информация о том, сколько за прошедшие сутки ДТП и нарушений правил дорожного движения произошло в Амурской области.

Авторские проекты ТК «Альфа-канал»:

- «между нами» – проект Сергея Логвинова и Ирины Марченко в жанре интервью, который претендует на раскрытие личности героя с разных сторон. Пришедшие на разговор люди делятся личными откровениями, спорят или соглашаются. Героями программы, как правило становятся местная известная личность или же приезжий в Приамурье человек, который может быть интересен зрителю своими взглядами или же поступками;

- «с любимыми не расставайтесь» – также авторский проект Сергея Логвинова, в жанре интервью, котором героями становятся публичные

личности как города Благовещенска, так и России. Автор ведет с героем «душевный разговор», раскрывая его личность и получая тем самым интересную, эксклюзивную информацию;

- «простые вопросы» – проект Жанны Одинцовой жанра интервью. В студию приглашаются политики, общественники, люди с необычными увлечениями, певцы и артисты, которым журналист задает простые вопросы.

Развлекательные телепроекты:

- одной из самых первых популярных развлекательных телепрограмм на «Альфа-канале» в начале 2000-х гг. была программа «Народные новости». Данных об этом проекте почти не сохранилось, однако, по словам главного редактора данная программа велась в прямом эфире в течение часа с 7 до 8 утра. В прямом эфире для зрителей велась зарядка, обсуждались значимые события, приглашались жители города для участия в этих обсуждениях (например, в одном из выпусков пришли гости, которые говорили об Чемпионате мира по футболу и обсуждали проигрыш российской команды в прошедшем матче). Проект просуществовал около двух лет, но прекратил свое существование из-за финансового кризиса на телеканале;

- «мастер вкуса» – это кулинарное шоу, гостями которого становятся известные люди города Благовещенска. В программе они готовят авторское блюдо, попутно отвечая на вопросы ведущего.

Изначально, на протяжении 2008 года данная программа носила название «Вкусные хлопоты», а вел ее Павел Репин. Она была направлена на ликвидацию кулинарно-гастрономической безграмотности населения. Готовили в студии ведущий и гость – как правило, повар какой-нибудь экзотической кухни. Затем, в 2010 году телепередача переродилась в новом качестве с названием «Мастер вкуса», а вести ее стал шоумен Владас Дедонис. Выпуски длились около 30 минут. Однако, и этот проект просуществовал до 2015 года по причине финансового кризиса на телеканале.

- «инструкция по применению. Благовещенск» – информационно-развлекательная передача, целью которой является легко и непринужденно

преподнести рекламу в игровом сюжете. Это самый продолжительный и популярный развлекательный проект рекламного характера на «Альфа-канале», который просуществовал 10 лет с 2008 по 2018 год. Данный проект был куплен. Первоначально «Инструкция по применению» появилась в Москве, но программа прекратила свое существования спустя 5 лет. Затем данный проект стал выпускаться в регионах, в Благовещенске он получил название «Инструкция по применению. Благовещенск». В выпусках дежурные показывали жителям Благовещенска какие в их городе можно приобрести товары и услуги. В сюжетах под развлекательным жанром приподносилась скрытая реклама;

- еще один кулинарный проект «Вкусное чтение» транслировался на «Альфа-канале» в течение трех лет с 2012 по 2015 год. Ведущими программы были Наталья Овсянчук и Нино Кохреидзе. Идея программы была в том, что телезрителей знакомили с интересными рецептами и кулинарными пристрастиями героев мировой литературы. Первые два года в эфире кабельных каналов выходила большая вечерняя программа, она длилась 25 минут. А с 2015 стали выходить семиминутные выпуски, в которых готовили завтраки.

В пример мы приведем самый первый выпуск «Вкусного чтения». Ведущие готовили блюда по произведению Н.В. Гоголя «Мертвые души» из сцены, где Чичикова угощали в трактире. В сюжете показывали рецепт приготовления расстегай и форели.

Проект закрылся из-за финансовых проблем на телеканале.

- «мы в теме!» – развлекательная программа, главной целью которой является легко и непринужденно преподнести рекламу в игровом сюжете. Это самая недолговечная программа, которая выходила в эфир с декабря 2018 до апреля 2019 года. Ведущими были Екатерина Мешвелиани и Руслан Юсупов. В выпусках под развлекательным жанром зрителям показывалась скрытая реклама товаров и услуг города Благовещенска.

Данный проект также закрылся из-за финансовых проблем телеканала.

В данной главе мы подробно проведем контент-анализ трех развлекательных проектов – «Мастер вкуса», «Мы в теме!», «Инструкция по применению Благовещенск».

Так как ТНТ работает в развлекательном формате, информационно-рекламные проекты являются для него «неформатом». «Альфа-канал» не изменяя специфику передачи изменил способ подачи информации. Всем исследуемым проектам, концепцию и структуру которых мы рассмотрим далее, присущи черты развлекательных телепередач.

2.2 Программа «Мастер вкуса»

Транслировалась в течении восьми лет – с 2010 по 2018 годы, с периодичностью 1 раз в 14 дней. Всего программа насчитывает 77 выпусков. Ведущие программы: Илья Дементьев и Владас Дедонис, они по очереди ведут выпуски, руководитель проекта – Дарья Юрьева. Хронометраж выпуска составлял от 20 до 30 минут. Название «Мастер вкуса» имеет следующий смысл: даже не профессиональный повар может приготовить блюдо мастерски.

Изначально, на протяжении 2008 года данная программа носила название «Вкусные хлопоты», а вел ее Павел Репин. Она была направлена на ликвидацию кулинарно-гастрономической безграмотности населения. Готовили в студии ведущий и гость – как правило, повар какой-нибудь экзотической кухни. Например, самый первый цикл «Вкусных хлопот» был посвящен блюдам «олимпийской» кухни. Так как Олимпиада-2008 проходила в Пекине, то рецепты были связаны с императорской китайской кухней. А учил телезрителей их готовить Цао Юйго – шеф-повар одного из благовещенских ресторанов.

Уже в 2010 году телепередача переродилась в новом качестве с названием «Мастер вкуса» и новыми ведущими.

В телешоу принимают участие приглашенные гости (от 3-х до 5), жители города Благовещенска, добившиеся определенных успехов в своей профессиональной деятельности. На протяжении 20 – 30 минут две команды приглашенных гостей (не являющиеся профессиональными поварами) готовят

блюда по рецептуре шеф-повара (приглашенный гость, имеющий профессиональные кулинарные навыки приготовления блюд). Результаты оценивает шеф-повар, дегустируя блюда. Победитель получает аплодисменты. На протяжении программы ведущий интервьюирует гостей, рекламирует их сферу деятельности, периодически запускаются 2-3-х секундные ролики рекламы спонсоров программы.

По словам главного редактора, впоследствии в концепцию программы были внесены изменения: программа перестала носить соревновательный характер. Один приглашенный гость готовит блюдо по собственному рецепту. В процессе приготовления блюда ведущий интервьюирует гостя, делая рекламу его профессиональной деятельности. Телезрителям предлагается подробный рецепт блюда.

Проведем анализ выпусков № 15 от 11.05.2016, № 37 от 11.04.2017 и последний выпуск №77 от 14.01.2018 года:

Структура выпуска № 15 «Мастер вкуса»:

Верстка программы выглядит следующим образом:

- реклама Благовещенского молочного комбината и «Fresh market» – спонсоров программы;
- заставка программы;
- приветствие ведущего;
- знакомство зрителя с гостем программы;
- процесс приготовления блюда, интервью с гостем;
- музыкальная пауза;
- прощание ведущего со зрителем.

Данный выпуск носит соревновательный характер, ведущий Илья Дементьев. Он посвящен «Дню победы», а гости программы делятся на две команды. Первая команда – Олег Семенец – тренер тхэквондо и его друг-помощник Хакоб Биджанян. Вторая команда – Ксения Карпычева – координатор акции «Бессмертный полк» и ее помощница-подруга Юлия Егорова. Следит за процессом и помогает командам шеф-повар Елена

Литвишко.

Так как этот выпуск посвящен празднику «День победы», то, по словам ведущего, в этом выпуске герои будут готовить свое блюдо, а не пытаться повторить за шеф-поваром, как это происходило в предыдущих выпусках, а в конце программы не будут выбираться победители. Шеф-повар готовила «фронтальной обед»: «Щи по-солдатски». Первая команда готовила мясо и овощи, а вторая команда готовила гречневую кашу с мясом в горшочках и салат «Дружба». Во время процесса подготовки ведущий подходит к командам и спрашивает о том, как они будут готовить свои блюда, с чего начнут, а также в процессе берет интервью у гостей. Например, у Ксении Карпычевой он расспрашивает про «Бессмертный полк», у Олега Семенец расспрашивает про выставку, которая на тот момент была в Общественно-культурном центре и посвящена также «Дню победы».

Спустя примерно 10 минут, ведущий объявляет о музыкальной паузе. В студии появляются девушка, которая поет и парень, играющий на гитаре. Песня посвящена «Дню победы», длится она одну минуту. Музыкальная пауза за весь выпуск была два раза.

Также в студии присутствует массовка – в данном выпуске это три человека, которые просто наблюдают за съемкой и хлопают в ладоши, когда представляют гостей программы. Когда гости приготовили свои блюда, они рассказывали зрителю поэтапно как они их готовили и какие продукты им для этого понадобились. Затем на экране появляется вставка в виде блокнота, на котором написаны ингредиенты блюда, а также фото этого блюда. Данную вставку закадровым голосом озвучивает ведущий, рассказывая поэтапно, как готовить это блюдо. Затем ведущий пробует у каждой команды блюдо и говорит свои впечатления.

Во время всего выпуска ведущий всегда старается разговорить гостя, спрашивает его о блюде, которое он готовит, о работе, достижениях, увлечениях и т.д. Также ведущий постоянно старается держать веселую атмосферу в студии, пытается шутить. Например, когда шеф-повар озвучивала

какое блюдо она будет готовить, она сказала: «И каждый обед он начинает с первого блюда», на что ведущий сказал: «Это боевые сто грамм», после чего ведущий и шеф-повар засмеялись.

Структура выпуска № 37 «Мастер вкуса»:

Верстка программы выглядит следующим образом:

- реклама «Fresh market» – спонсора программы и «Простоквашино» – партнера программы;
- приветствие ведущего;
- знакомство зрителя с гостем программы;
- процесс приготовления блюда, интервью с гостем;
- прощание ведущего со зрителем.

Этот выпуск также представлен в виде соревнования, ведущий – Владас Дедонис. Уже в приветствии ведущий старается шутить и переключить зрителя на веселый, непринужденный лад. А звучало приветствие таким образом: «Слушайте, я сегодня как раз из дома вышел, смотрю – погода отличная, просто замечательная, ну думаю – что одеть, ну одел фартук, так что я готов. Кулинарное шоу «Мастер вкуса» сегодня буду вести я, поэтому никаких подружек-ватрушек, дружочки-пирожочки, только хардкорные рецепты, только рок-н-рол. Добрый вечер».

От предыдущего анализируемого нами выпуска этот отличается тем, что, когда ведущий представляет зрителям гостя программы, появляется заставка с фотографией данного участника, на которой написаны его имя и фамилия, а закадровый голос озвучивает то, как зовут гостя и его профессию или деятельность, которой он занимается. В первой команде участников был Игорь Меметов – активист, организатор благотворительных мероприятий и его помощница Анна. Во второй команде была Олеся Бондаренко – организатор больницы клоунады в городе Благовещенске и ее помощница Светлана. В этом выпуске в студии присутствует массовка из 5 человек, которая аплодирует в момент, когда в студии появляются приглашенные гости и в конце, когда ведущий объявляет о том, кто победил.

Также в студии присутствовал шеф-повар Елена Литвишко, все гости готовили блюдо «Том-ям». Шеф-повар Елена диктует участникам то, как готовить блюдо, а ведущий во время готовки также берет у гостей программы интервью, попутно задавая им интересующие его вопросы. В конце программы ведущий и шеф-повар пробуют блюда участников, затем появляется заставка, на которой написаны ингредиенты продуктов, а закадровый голос подробно описывает процесс приготовления «Том-яма». Затем ведущий объявляет, что звание «Мастер вкуса» получают обе команды, так как блюдо было сложным и все участники хорошо справились.

Структура выпуска № 77 «Мастер вкуса»:

Верстка программы выглядит следующим образом:

- реклама «Fresh market» - спонсора программы;
- приветствие ведущего;
- знакомство зрителя с гостем программы;
- процесс приготовления блюда, интервью с гостем;
- прощание ведущего со зрителем.

Протяженность выпуска – 22 минуты.

Выпуск начинается с рекламы главного спонсора «Fresh market», написаны его адреса в городе Благовещенск. Данный выпуск уже не носит соревновательный характер, а приглашенные гости готовят то блюдо, которое выбрали сами, шеф-повар и массовка отсутствуют. Затем начинается заставка самой программы. Выпуск начинается с диалога двух ведущих Дарьи Юрьевой и Ильи Дементьева, которые в диалоге упоминают имя и профессию приглашенного гостя. Далее идет представление гостя – Юлии Перовой – инструктора по йоге. В выпуске раскрыт рецепт приготовления глинтвейна. В процессе программы ведущий Илья Дементьев интервьюирует гостью, в качестве эксперимента выполняет под руководством гостя несколько асанов йоги. В завершении программы ведущие пробуют приготовленное блюдо и прощаются со зрителями.

На протяжении программы в каждом выпуске представляется реклама

спонсора – 3 ролика длительностью 3 секунды магазина «Fresh market», продукция «Простоквашино» и продукция Благовещенского молочного комбината. Сочные краски; красиво демонстрируется непосредственно «вкусная» составляющая приготовления пищи. В программе использованы не только рецепты, но и обзоры.

Ведущие программы харизматичные, креативные и с чувством юмора. В городе Благовещенске у ведущих есть свой имидж – шоумен. Оба этих телеведущих также являются ведущими любых мероприятий, что говорит о их большом опыте в сфере ведущего. Помимо этого, ведущие всегда находят подход и общий язык с героями программы, умеют создать позитивный настрой. В выпусках юмор используется как её инструмент для придания программе неформальной атмосферы и привлечения максимального количества зрителей. Одеты ведущие всегда в повседневную одежду (футболка и джинсы), но поверх всегда надевается кухонный халат, что дает еще большую атмосферу кухни и приготовления блюд. Ведущий всегда готов к импровизации, умеет справиться с любой ситуацией и проявить оригинальность. Пример:

Юлия Петрова рассказывает, что Россия отстает от западных стран в плане фитнеса на 10-12 лет, а развитие новых тенденций в фитнесе в Благовещенск происходит еще меньшими темпами, чем в целом по стране. В ответ на это замечание, для снятия появившегося в программе легкого негатива Илья Дементьев замечает: «...то есть мы сразу перешли от древнерусского рукопашного боя к йоге?». Однако, эти он соглашается с гостем, что движение спортивной йоги в городе развито недостаточно.

Таким образом ведущий программы во время беседы старается снять напряжение, поднять настроение гостю и телезрителю, создать приятный эмоциональный тон беседы. Также ведущие никогда не забывают обращаться к зрителям, что поддерживает в течении всего выпуска между ними контакт.

Динамика действия в кадре достигается с помощью постоянной смены плана ведущего и гостя программы. В результате этого создается ощущение, что диалог «движется» и разговор не стоит на месте.

Данная программа студийная, все выпуски снимаются в студии-кухне. В кадре мы видим, что обстановка в студии неофициальная, ведущий и гости строят свободные предложения, ведут себя непринужденно, что говорит о свободе в кадре. Все подводки ведущего сделаны в легкой, игровой форме, не содержат слишком много информации, а наоборот – привлекают зрителя. Выпуски снимаются в крупном и общем плане. Сверхкрупный план используется для представления нарезки ингредиентов блюда и сам процесс его приготовления на плите.

С помощью монтажа в передаче обеспечено логичное цветовое (преобладание красного и оранжевого цветов – привлечение внимания зрителя), музыкальное оформление (мелодия заставки – веселая и непринужденная, музыка внутри программы), встроены анимационные эффекты (бегущая строка).

Такими образом, проект «Мастер вкуса» имеет все признаки кулинарно-развлекательного шоу и носит жанр интервью. Из анализа ведущих программы мы можем сделать вывод, что они относятся к типу ведущих шоу-программ. Также мы можем с полной уверенностью утверждать, что эта программа массового типа и является развлекательной, а также соответствует формату телеканала «ТНТ».

2.3 Программа «Инструкция по применению. Благовещенск»

Концепция программы «Инструкция по применению. Благовещенск» – рекламно-развлекательная программа в стиле «инфотейнмент», построенная на игровых сюжетах, хорошей актерской игре ведущих и тонком юморе. Название программы «Инструкция по применению. Благовещенск», акцентирует внимание на региональной привязке.

В течении 10 лет в эфир вышло 7000 выпусков, сменилось 11 ведущих. В настоящее время выпуск программы приостановлен, проводится набор телеведущих на конкурсной основе.

С 2008 по 2018 программа выходила 1 раз в неделю. Длительность выпусков 20-30 минут.

Подобный проект впервые возник в 2003 году в Москве и назывался «Москва. Инструкция по применению» и просуществовал всего 5 лет, до 2008 года. С 2003 года существовали региональные версии программы, выпускавшиеся либо региональными партнёрами ТНТ, либо по их заказу местными продакшн-студиями. «Инструкция по применению. Благовещенск» – купленный проект.

В данной работе произведен анализ выпуска от 20.10.2016, 10.10.2017 и 23.11.2018 г.

Верстка программы выпуска за 20.01.2016 выглядит следующим образом:

- приветствие ведущего;
- анонс к выпуску;
- сюжеты;
- прощание ведущего со зрителем.

В выпуске за 20.01.2016 представлена следующая информация:

- о проекте «посткроссинг»;
- о том, как сохранить женскую дружбу;
- об экзотических кошачьих породах;
- о том, как и на каких условиях можно получить кредит;

Дежурные в данном выпуске – Алина Спасская, Дарья Юрьева и Алла Матюханова.

В выпуске за 10.10.2017 представлена следующая информация:

- о том, как правильно перевозить детей в машине;
- о популярных сериал для девушек;
- о том, как сделать своими руками украшение для дома;
- о популярных личностях в городе Благовещенске: секреты их успеха, их деятельность и то, как они стали известными;
- старый сюжет, снятый в прошедших выпусках о том, как пережить расставание с любимым человеком.

Дежурные в данном выпуске – Алина Спасская, Алла Матюханова и Нина Каденева.

В выпуске за 23.11.2018 представлена информация:

- о школе интеллектуального развития для детей;
- дизайне дома: где приобрести светильники, обои, как украсить ванную, кухню;
- детской балетной школе;
- фотографиях в стиле «Flat lay».

Дежурные в данном выпуске – Алина Спасская и Нина Каденева.

Верстка всех анализируемых выпусков выглядит следующим образом:

- приветствие ведущего;
- анонс к выпуску;
- сюжеты;
- прощание ведущего со зрителем.

Над анализируемыми нами выпусками работали Владас Дедонис и Илья Дементьев, а создателями сюжетов были дежурные Алина Спасская, Нина Каденева, Дарья Юрьева и Алла Матюханова. Все выпуски выполнены в игровой форме в виде жизненной истории. Пример: в выпуске за 20.01.2016 дежурная Алина Спасская рассказывает про посткроссинг – проект, созданный для возможности получения открыток со всего мира. Сюжет выполнен по следующему сценарию: дежурная в роли внучки приходит к своему деду и видит, что он собирается по почте отправить открытку, на которой он написал послание на английском языке. Внучка пытается ему объяснить, что сейчас век различных технологий и весь этот процесс доставки письма можно значительно ускорить. Однако, дедушка начинает рассказывать про проект посткроссинг. Затем показывают этого дедушку якобы в молодости, который поддался данному популярному направлению. Затем в сюжете рассказывается о сути посткроссинга, процессе отправления писем, приводится статистика того, сколько человек повлечены в данный проект.

В такой же игровой форме выполнены все сюжеты программы, чтобы максимально заинтересовать зрителя и легче преподнести информацию.

Однако, в каждом сюжете всегда представлен комментарий специалиста рекламируемого товара, услуги.

Хронометраж выпуска около 20 минут. Выпуск идет динамично, сюжеты построены на стендапах. Приводятся комментарии специалистов рекламируемого товара, услуги.

Программа «Инструкция по применению. Благовещенск» имеет определенную структуру. Выпуск начинается с заставки, далее идет приветствие со зрителем. Затем ведущий в игровой форме делает подводку к сюжету, например, в выпуске за 10.10.2017 ведущий Илья Дементьев делает следующую подводку к сюжету: «Домашний очаг – это начало начал каждой семьи. Домашний очаг – такая штука, которая хранит тепло семьи, уют семьи, бюджет семьи, ну, просто можно туда спрятать записочку небольшую, да. Смотрим сюжет». В последних словах мы можем увидеть элементы юмора. После этого показывается сам рекламный сюжет.

Основная темы для выпуска – советы для жителей Благовещенска. Показывается и рассказывается, где можно приобрести рекламируемые товары или услуги. Главная цель – привлечение наибольшего количества аудитории посредством предоставления полезной, актуальной и интересной информации, в рамках развлекательного формата с целью продать таким образом рекламируемые товар или услугу.

Рубрики анализируемых нами выпусков:

- «не болеть!» – в этой рубрике зрители могут узнать полезные советы о здоровье: как укрепить иммунитет, где можно заниматься фитнесом, плаванием и т.д.;

- «узнай!» – в данной рубрике рассказывается о различных полезных для любого жителя Благовещенска товарах и услугах. Например, где приобрести недорогую и хорошего качества одежду, куда отдать испорченную обувь для восстановления и другое;

- «берегись!» – здесь зрителей знакомят с основными общепринятыми правилами, которые необходимы для безопасной жизнедеятельности человека.

Например, правила дорожного движения, правила поведения с незнакомыми людьми и т.д.;

- «это интересно!» – зрителям предлагаются мастер-класс, дежурные показывают, как сделать что-либо своими руками. Например, как самому сделать подарочный букет из конфет, как сделать дома ремонт и т.д.;

- «расслабься!» – в данной рубрике дежурные рассказывают о различных культурных мероприятиях, которые в скором времени пройдут в Благовещенске: спектакли, квесты, шоу и другие;

- «привет из прошлого» – в данной рубрике зрителям показывается сюжет, который ранее транслировался в другом выпуске.

Перейдем к главным лицам программы – дежурным Алине Спасской, Нине Каденевой, Дарьи Юрьевой и Аллы Матюхановой. Дежурные ведут себя непринужденно в кадре, свободно жестикулируют, что говорит о неофициальности характера передачи. На протяжении всего выпуска ведущие обращаются к зрителю от первого лица, общаются с ним, ведут «душевный разговор», создают дружескую атмосферу и позитивный настрой зрителю. Также они пытаются развлечь зрителя, доставить ему эстетическое удовольствие, из чего мы можем сделать вывод, что это программа развлекательного жанра.

Дежурные одеты неофициально, в повседневную одежду, однако, единственной особенностью является повязка на руке. В их образе отсутствуют какие-либо бросающиеся в глаза элементы. У них всегда не яркий повседневный макияж, уложенная прическа, внятная и правильная речь. Эффектный, яркий внешний вид может присутствовать только в тех моментах, когда ведущие выступают в роли какого-либо персонажа по сценарию.

Дежурных снимают в общем и среднем плане, крупным планом в сюжете представлены детали рекламируемого продукта, услуги. Дежурные в виде эксперимента в сюжетах пробуют все на себе.

В выпуске от 23.11.2018 года дежурная Алина Спасская рассказывала зрителям об уходе за волосами – представлено посещение ведущей салона

красоты «Кокетка», где ей проведена диагностика и окраска волос ведущим мастером салона. Последовательность работы мастера показывалась и комментировалась дежурной.

Из анализа ведущих программы «Инструкция по применению. Благовещенск» мы можем сделать вывод, что они относятся к типу ведущих шоу-программ.

С помощью монтажа передаче обеспечено логичное цветовое (преобладание красного цвета. В более ранних выпусках дежурные надевали на рукав красную повязку, как дружинники – люди, которые в СССР следили за порядком и помогали милиции, поэтому в программе везде преобладает красный цвет), а также музыкальное оформление (мелодия заставки – динамичная и веселая, задающая тон передаче, музыка внутри программы – современная), встроены анимационные эффекты (всплывающие фотографии, бегущая строка).

Таким образом, мы можем утверждать, что развлекательный аспект программы используется авторами проекта в целях повышения рейтинга (привлечения максимальной аудитории) для успешной реализации рекламной функции.

2.4 Программа «Мы в теме!»

Проект «Мы в теме!» стартовал в декабре 2018 года. Программа транслируется ежедневно со вторника по пятницу в 18:30. Ведущие: Руслан Юсупов и Екатерина Мешвелиани.

Концепция данного проекта: легко и ненавязчиво преподнести скрытую рекламу в игровом сюжете.

Программу отличает большая информационная насыщенность, игровой жанр телепередачи: она должна быть интересной, удерживать аудиторию, создавать что-то оригинальное.

Со слов руководства канала, название «Мы в теме!» – значит новое, ненавязчивое преподнесение актуальной информации для самой активной аудитории города Благовещенск.

Программа «Мы в теме!» имеет определенную структуру. Рассмотрим выпуски от 13.12.2018, 07.02.2019 и 28.03.2019 г.

В выпуске за 13.12.2018 представлена информация:

- о том, где приобрести новогодние украшения для дома;
- где приобрести товары и символом года;
- о том, где купить необходимую одежду для зимней рыбалки;
- информация о новом заведении города «Fidelity»;
- о том, где приобрести новогодние гирлянды.

В выпуске за 07.02.2019 представлена информация о том, что подарить возлюбленным ко Дню святого Валентина:

- о конфетах ручной работы;
- о игре «Лазертаг»;
- опрос у прохожих, которые отвечали на вопрос ведущего «Что такое любовь?»;

В последнем выпуске за 28.03.2019 представлена информация:

- о новой коллекции в магазине «Medicine»;
- о том, какие типы студентов бывают на сессии;
- о том, как утроено и работает электричество;

Верстка всех анализируемых нами выпусков выглядит следующим образом:

- приветствие ведущих;
- анонс к выпуску;
- сюжеты;
- прощание ведущих со зрителем.

Выпуск длится около 15-20 минут. Начинается он с оригинальной заставки с названием программы. Далее в кадре появляются ведущие, которые представляются всегда одинаково. Затем следует анонс выпуска. Далее ведущие делают игровые подводки к теме сюжета. Затем внимание зрителя представляют сам сюжет, где ведущие в виде эксперимента пробуют все на себе. В сюжетах рассказывается о товарах, услугах и местах, которые могут

купить или посетить жители Благовещенска.

Рекламируя что-либо, ведущие разыгрывают реалистичные сценки из жизни, в которых применяют данный товар. Например, в выпуске за 07.02.2019 ведущие решили посетить кафе бурятской кухни, где попутно рассказывали о национальных бурятских обычаях, блюдах национальной кухни. Ведущие произвели дегустацию всех рекламируемых блюд в эфире. Это программа смешанного типа производства (выпуски снимаются как в студии, так и вне студии).

Темы в данной программе разнообразны, преобладают полезные и актуальные советы. В выпуске за 13.12.2018, в основном, представлена информация, касающаяся наступающего Нового года: где купить гирлянды, товары с символом года или же новогодние украшения для дома.

У программы имеются две постоянные рубрики:

- «лайфхак» - полезные советы или «хитрости жизни», которые могут помочь зрителю решить определенные проблемы и сэкономить время;

- «кинообзор» - вниманию зрителей предстают новинки кино, рейтинг фильмов находящихся в прокате в КЦ Благовещенска. В рубрике присутствует трейлеры наиболее популярных фильмов и краткое описание их сюжета.

Главные лица программы «Мы в теме!» ведущие Руслан Юсупов и Екатерина Мешвелиани в кадре ведут себя свободно и непринужденно, можно увидеть много забавных моментов, которые поднимают зрителю настроение, придавая программе неофициальный характер. Во время всего выпуска они общаются со зрителем от первого лица, используя стиль общения «душевный разговор», постоянно акцентируя внимание на зрителе, создавая эффект «присутствия».

Ведущих снимают в два плана – общий и средний. Подводки, разделяющие сюжеты, состоят из 3-4 предложений, плавно вводящих зрителя в тему сюжета.

Текст ведущих построен таким образом, чтобы заинтересовать зрителя не перегружая информацией, а также создать позитивный настрой.

Неофициальную обстановку в студии помогают создать речевой прием свободного построения предложений и пропуски главных членов в предложениях. Одеты ведущие в повседневную одежду без каких-либо надписей, знаков и т.д.

Исходя из анализа ведущих программы, мы можем сделать вывод, что данные ведущие относятся к типу ведущего шоу-программы.

С помощью монтажа в выпусках обеспечено логичное цветовое (преобладание белого и черного цветов – противостояние мужчины и женщины, в данном случае ведущих), а также музыкальное оформление (мелодия заставки – динамичная и непринуждённая, задающая тон программы), встроены анимационные эффекты (всплывающие фотографии, бегущая строка).

Таким образом, мы можем утверждать, что проект «Мы в теме!» является программой со скрытой рекламой, которая подается в развлекательном жанре.

Из анализа можно сделать вывод, что «Альфа-канал» – СМИ транслируемый для ограниченного круга зрителей, точнее – для жителей Амурской области. Канал существует 18 лет, что говорит о его устойчивой позиции в сетке вещания. «Альфа-канал» является неформатом для развлекательного канала «ТНТ», так как проекты носят информационный, аналитический, информационно-аналитический, исторический, познавательный характер и интервью. Однако, есть и развлекательные проекты – «Мы в теме!», что является форматом «ТНТ», которому они стремятся соответствовать.

Все развлекательные проекты на «Альфа-канале» на данный момент закрыты и восстанавливать их в ближайшем будущем не будут. По словам главного редактора, причиной всему послужил финансовый кризис в стране, из-за чего рекламодатели сократили свои финансовые бюджеты, из-за чего журналистам стали платить низкую заработную плату. Реклама – основной источник доходов СМИ, а из-за финансового кризиса этот источник резко сократился. Проекты стали закрывать и сокращать журналистов.

Изучив историю вопроса развлекательного отечественного телевидения, а также рассмотрев несколько региональных телепроектов, мы решили снять развлекательный сюжет для программы «Мы в теме!».

Однако, так как телепроект закрывался из-за финансовых проблем, нам предложили сняться в последнем выпуске, где удалось снять один сюжет.

Так как выпуск был последним, мы решили сделать его максимально интересным и развлекательным. Тему для сюжета выбрать было несложно. Так как в то время, когда мы снимали сюжет, у студентов скоро должна была начаться сессия, поэтому сюжет решили приурочить именно к этому событию. Для сюжета мы придумали какие типы студентов бывают на экзаменах и написали сценарий, также мы написали стенд-ап.

В съемках участвовали ведущий программы Руслан Юсупов, студентка Яна Матвеева, а также оператор и монтажер программы «Мы в теме!» Денис Гоков, сами съемки проходили вне студии, в одном из кабинетов БГПУ, чтобы максимально передать атмосферу экзамена.

Сам сюжет длится чуть больше двух минут. Начинается со стенд-апа, в которой ведущая говорит о том, что будет показано в этом сюжете. Затем вниманию зрителя представляются типы студентов на экзамене. Показываются небольшие юмористические сценки, в которых и представлен определенный тип студента. Например, тип под названием «Блатняк» показан следующим образом. Преподаватель говорит студентке, что она не сдала экзамен. На что студентка говорит: «Да вы вообще знаете кто я и кто мои родители?», тем самым угрожая преподавателю тем, что у него будут проблемы, если он поставит «неудовлетворительно» за экзамен. Заканчивается сюжет также стенд-апом ведущей, где она дает напутствие всем студентам о том, как сдать приближающуюся сессию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа посвящена особенностям развития развлекательных программ на региональном телевидении. Исследование осуществлялось на примере программ ТК «Альфа-канал» «Мастер вкуса», «Мы в теме!», «Инструкция по применению. Благовещенск».

Целью исследования являлось изучить особенности регионального развлекательного телевидения на примере развлекательных программ ТК «Альфа-канал».

Для поэтапного достижения цели мы выполнили следующие задачи: изучили историю развития отечественного развлекательного телевидения; определили жанры и форматы развлекательных программ; ознакомились с региональным телевидением в системе российского телевидения; рассмотрели роль ведущего в развлекательных программах; провели анализ развлекательных телепроектов на региональном телеканале «Альфа-канал».

В ходе исследования мы выявили, что история отечественного развлекательного телевидения богата, но мало изучена. На современном этапе развлекательному телевидению уделяется больше внимания, нежели в советской России. Сегодня доля развлекательного контента на федеральном телевидении динамично растет, создаются новые проекты, а в сетке вещания появляются даже целые развлекательные каналы (СТС, ТНТ и др.).

Так же мы выяснили, что развлекательные проекты на региональном телевидении недолговечны по той причине, что зрители на региональных каналах предпочитают смотреть информационные выпуски, а развлекательные проекты зрители смотрят в основном на федеральных каналах. Причинами закрытия региональных развлекательных проектов также могут быть: политическая ангажированность местных СМИ, скудное техническое оснащение, слабая профессиональная подготовка кадров, финансовые проблемы на телеканале. А причиной закрытия региональных развлекательных

проектов на «Альфа-канале» является финансовый кризис в стране, из-за чего рекламодатели сократили свои финансовые бюджеты, из-за чего журналистам стали платить низкую заработную плату. Реклама – основной источник доходов СМИ, а из-за финансового кризиса этот источник резко сократился. Проекты стали закрывать и сокращать журналистов.

Это и является особенностью развлекательных проектов «Альфа-канала» – недолговечность, проекты быстро возникают и быстро закрываются. Самым долгим проектом является «Инструкция по применению. Благовещенск», который транслировался на телеэкранах в течении 10 лет.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

- 1 Акинфиев, С. Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения / С. Н. Акинфиев // Медиаскоп. – Вып. 2. – 2008. – С. 58.
- 2 Алиева, А. Б. Развитие телевидения в период перестройки: легенды и уроки [Электронный ресурс] / А. Б. Алиева // Научные исследования. – 2017. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-televideniya-v-period-perestroyki-legendy-i-uroki>. – 05.02.2019.
- 3 Акинфиев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С. Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. – №6. – М. : Изд-во МГУ, – 2008. С. 22-23.
- 4 Арапова Э. И. Имидж телеведущего / Э. И. Арапова // Вестник ВГУ. – Вып. 1 – 2014 – С. 124-125.
- 5 Борев, Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Борев. – М. : Высшая школа. – 2002. – 496 с.
- 6 Вартанова Е. Л. СМИ России как индустрия развлечений / Е. Л. Вартанова // Медиаскоп. – Вып. 4. – 2009. – С. 26.
- 7 Вырковский А. В. Региональное телевидение России на пороге цифровой революции / А. В. Вырковский, М. И. Макеенко // Монография. – 2014. – С. 99.
- 8 Гегелова, Н. С. Культурная миссия российского телевидения [Электронный ресурс] / Н. С. Гегелова // Вестник Российского университета дружбы народов. 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/kulturnaya-missiya-rossiyskogo-televideniya>. – 10.04.2019.
- 9 Голядкин, Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения [Электронный ресурс] / Н. А.

Голядкин. – М. : Изд-во Ин-та пов. квалиф. работников телевидения и радиовещания. – 2001. Режим доступа : [10 Данилов А. А. Региональное телевидение в партийно-государственной политике советского периода: исторический опыт Среднего Поволжья \[Электронный ресурс\] / А. А. Данилов // Вестник Чувашского университета. – 2009. Режим доступа : \[11 Горбачев М. С., Красильщик И. И. История русских медиа 1989-2011 / М. С. Горбачев. – М. : Москва, Компания "Афиша". – 2011. – 320 с.\]\(https://cyberleninka.ru/article/v/regionalnoe-televidenie-v-partiyno-gosudarstvennoy-politike-sovetskogo-perioda-istoricheskiy-opyt-srednego-povolzhya. – 10.04.2019.</p></div><div data-bbox=\)](https://docviewer.yandex.ru/view/492189443/?*=cb2I%2BUQDj2DGRYgpKSKIK1e5ZLt7InVybCI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySlJYbFVGB2V3cnVQaTFIZU9OVTBvOWdxXVjVVI5S2RZNjJoTXINaTgzS0MxR19iLWpyY0c3TC1IWWhQWTZQb1NrS25fQVBlcVJlbU9fc1JycGZWtXU1cGhtaTZCell4RXAzSGEzV0RnMmRWNI1FZbi1MeEJDWm5WWnNITFZCTmVsdzBpdI1BYLTNMeFE9PT9zaWduPTI5VnlDM0QzNDIYX1JFRXQ1Q3ZUbkNRbS16ZnJYYmJsRzZ1WVh2OG1mNzQ9IiwidGI0bGUiOiJhdHRhY2guZG9jIiwidWlkIjoiNDkyMTg5NDQzIiwieXUiOiI5ODE5NTA2MDYxNTUxMTQyMjYxIiwibm9pZnJhbWUiOmZhbHNILCJ0cyI6MTU1NzM2NjQwMzM0M30%3D&page=64. – 05.04.2019.</p></div><div data-bbox=)

12 Зверева Н. В. Школа тележурналиста / Н. В. Зверева. – М. : Нижний Новгород: Издательский дом Минакова. – 2009. – 272 с.

13 Ильченко С. Н. Система жанров отечественного ТВ и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства / С. Н. Ильченко // М. : Академия медиаиндустрии (Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания). – 2012. – 149 с.

14 Карпенко, И. И. Использование метода инфотеймонта в практике современного российского телевидения / И. И. Карпенко, Е. Ю. Лобановская, О. Е. Ельникова, Л. С. Горборукова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Вып. 28. – 2017. – С. 98-103.

15 Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский // Высшая школа. – 2002. – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text6/27.htm#з_02. – 07.04.2019.

16 Лизунова, И. В. Региональное телевидение в России накануне всеобщей дигитализации: «болевые точки» развития / И. В. Лизунова // Интерэкспо Гео-Сибирь. – Вып. 1. – Том 6. – 2014. – С. 117-119.

17 Макушин А. Б Классификация этапов развития отечественного телевизионного вещания [Электронный ресурс] / А. Б. Макушин // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/klassifikatsiya-etapov-razvitiya-otchestvennogo-televizionnogo-veschaniya>. – 10.04.2019.

18 Муратов С. А. ТВ-эволюция нетерпимости [Электронный ресурс] / С. А. Муратов. – 2000. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text16/092.htm>. – 07.04.2019.

19 Новоженина А. С. Особенности функционирования развлекательных программ на региональном телеканале (на материале телеканалов Курска и Орла) / А. С. Новоженина // Вестник Череповецкого государственного университета. – Вып. 2. – 2014. С. 121-122.

20 Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Р. П. Овсепян. – М. : Издательство МГУ. – 1999. – 304 с.

21 Смирнова И. П. Ключевые компетенции телеведущего: от таланта к профессионализму / И. П. Смирнова // Журналистика и медиаобразование. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. – Белгород: Белгородский государственный университет. – 2008. – С.112-113.

22 Стойков Л. Д. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу [Электронный ресурс] / Л. Д. Стойков // Научно-культурологический журнал Relga. – Вып. 4. – 2007. – Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729>. – 10.04.2019.

23 Тотрова, М. М. Современное состояние телевидения в России / М. М. Тотрова // Студенческий – 2018. – № 1. – С. 73.

24 Фатыхова, М. Х. Особенности развития регионального ТВ (на примере телевидения республики Татарстан) / М. Х. Фатыхова // Ученые записки Казанского университета. – 2008. – №4. – С. 178-180.

25 Филина Е. В., Рукавишников Л. А. Специфика создания имиджа ведущего культурно-досуговых программ [Электронный ресурс] / Е. В. Филина, Л. А. Рукавишников // Международный студенческий научный вестник ГБОУ ВПО. – 2014. – Режим доступа : <https://scienceforum.ru/2014/article/2014002783>. – 16.04.2019.

26 Фукс Д. А. Телевизионные развлекательные программы как феномен современной массовой речевой культуры / Д. А. Фукс // Вестник культуры и искусств. – Вып. 4. – 2013. С. 112-114.

27 Ханжов С. В. Телевидение в контексте советской культуры 1960-х годов / С. В. Ханжов // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2017. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/televidenie-v-kontekste-sovetskoj-kultury-1960-h-godov>. – 05.04.2019.

Дополнительная литература:

1) Руководство для создателей передач Би-би-си : (Пер. с англ.) [Электронный ресурс] / Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. – ИПК работников телевидения и радиовещания, 1995. Режим доступа: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/bbc2.htm>. – 25.03.2019.

2) Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад под общей редакцией Е. Л. Вартанова, В. П. Коломийца. – Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. – 2016. – 115 с.

3) Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад под общей редакцией Е. Л.

Вартанова, В. П. Коломийца. – Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. – 2018. – С. 90.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Текст сюжета программы «Мы в теме!»

((СХ 00:07 Комментарий: (00:00-00:07) ф. яна(70) Синхронизируемый:
Должность:

Лето становится все ближе, а вместе с ним приближается и сессия, и каждый студент находит свой выход из этой ситуации. А сейчас мы покажем вам какие типы студентов бывают на экзаменах и возможно ты узнаешь именно себя.))

((СХ 00:07 Комментарий: (00:02-00:09) ф. яна(73) Синхронизируемый:
Должность:

А сейчас мы покажем вам какие типы студентов бывают на экзаменах и возможно ты узнаешь именно себя.))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Интриганка»))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:03-00:05) ф. яна(5) Синхронизируемый:
Должность:

Ну что, Матвеева тяните билет))

((СХ 00:10 Комментарий: (00:03-00:13) ф. яна(7) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

А может как-нибудь договоримся?))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Хитрюга»))

((СХ 00:04 Комментарий: (00:01-00:05) ф. яна(11) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

- А, можно еще один?

- Ну, давайте))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:00-00:03) ф. яна(13) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

- А, можно еще один?

-Ну ладно))

((СХ 00:04 Комментарий: (00:02-00:06) ф. яна(15) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

- И еще один

- Матвеева!))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Подкупщица»))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:01-00:03) ф. яна(17) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

Ну что, Матвеева, тяните билет))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:02-00:05) ф. яна(18) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

А может быть так договоримся?))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:01-00:04) ф. яна(20) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

Вы что, пытаетесь меня подкупить?))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Повторюшка»))

((СХ 00:08 Комментарий: (00:03-00:11) ф. яна(23) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

Ну, организация верховной власти...))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:01-00:04) ф. яна(25) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

Иии...))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:02-00:04) ф. яна(27) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

И вон отсюда, Матвеева!))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Актёрище»))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:03-00:06) ф. яна(34) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

Кажется мне плохо))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:01-00:03) ф. яна(31) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

(Руслан мотает головой)))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:04-00:06) ф. яна(33) Синхронизируемый:

Должность: Титр:

(Яна кашляет и падает под стол)))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:01-00:03) ф. яна(36) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
(Руслан встает и смотрит на Яну, упавшую под стол)))
((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:
Заставка «Покупатель»))
((СХ 00:01 Комментарий: (00:01-00:02) ф. яна(39) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
(Яна кладет деньги на стол)))
((СХ 00:01 Комментарий: (00:00-00:01) ф. яна(37) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
(Яна закидывает ногу на парту)))
((СХ 00:02 Комментарий: (00:03-00:05) ф. яна(41) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
Договоримся?))
((СХ 00:03 Комментарий: (00:02-00:05) ф. яна(43) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
Нет, ну я вас точно отчислю!))
((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:
Заставка «Лже-беременность»))
((СХ 00:06 Комментарий: (00:02-00:08) ф. яна(46) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
Значит так, я на сносях, сегодня-завтра рожать, можно как-то автоматом
вопрос решить?))
((СХ 00:03 Комментарий: (00:01-00:04) ф. яна(51) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
Так, Матвеева, вытащите уже мяч))
((СХ 00:02 Комментарий: (00:02-00:04) ф. яна(49) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
(Мяч падает на скамейку)))
((СХ 00:03 Комментарий: (00:00-00:03) ф. яна(48) Синхронизируемый:
Должность: Титр:
И тяните уже билет, пожалуйста))
((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:
Заставка «Блатняк»))
((СХ 00:02 Комментарий: (00:01-00:03) ф. яна(55) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

В общем, так, Матвеева, неуд. у вас))

((СХ 00:05 Комментарий: (00:02-00:07) ф. яна(57) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

Да вы вообще знаете кто я и кто мои родители?))

((СХ 00:02 Комментарий: Синхронизируемый: Должность:

Заставка «Попрошайка»))

((СХ 00:03 Комментарий: (00:00-00:03) ф. яна(59) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

Эх, Матвеева, даже не знаю, что же с вами делать))

((СХ 00:06 Комментарий: (00:01-00:07) ф. яна(62) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

Я вас умоляю, ну пожалуйста, я всю ночь учила, ну пожалуйста, хотя бы тройку, ну пожалуйста, пожалуйста))

((СХ 00:05 Комментарий: (00:02-00:07) ф. яна(63) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

Ну ладно, только из-за того, что вы хорошая актриса))

((СХ 00:02 Комментарий: (00:01-00:03) ф. яна(65) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

(Яна смотрит в зачетку, затем в камеру показывает «класс»))

((СХ 00:08 Комментарий: (00:01-00:09) ф. яна(67) Синхронизируемый:
Должность: Титр:

Ну что, узнали себя? Тогда больше так не делайте. Учите, зубрите, верьте в себя, в свои силы, и у вас обязательно будет «зачет»))