

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В СИСТЕМЕ ТЕЛЕЖАНРОВ: ВАРИАНТЫ КЛАССИФИКАЦИИ

А. Ю. Кузьминова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
alesiakuzminova@gmail.com*

В статье представлены существующие подходы к классификации развлекательного телевизионного контента, предложена авторская типология. Приводится специфика информационно-развлекательных и художественно-развлекательных жанров. Дается краткая характеристика двух наиболее частотных в эфире информационно-развлекательных разновидностей программ (телешоу и неигровые реалити).

Ключевые слова: развлекательные программы; телешоу; реалити; реалити-шоу; ток-шоу; шоу-игра; шоу-концерт; телевизионный жанр; телепрограмма.

ENTERTAINMENT CONTENT IN THE TELEVISION GENRE SYSTEM: CLASSIFICATION OPTIONS

A. U. Kuzminava

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. U. Kuzminava (alesiakuzminova@gmail.com)*

The article presents the existing approaches to the classification of entertainment television content, the author's typology is proposed. The specifics of information-entertaining and art-entertaining genres is given. A brief description of the two most frequent on-air entertainment types of programs (TV shows and non-game realities) is outlined.

Key words: entertainment programs; TV show; reality; reality show; talk show; game show; TV concert; television genre; TV program.

Изучение научной литературы демонстрирует, что в современном телеэфире присутствует огромное количество развлекательного контента, до сих пор не описанного российскими и белорусскими исследователями. До 2010 года существовало только 2 классификации, пытающиеся

сгруппировать подобные продукты – за авторством С. Н. Акинфиева и С. Н. Ильченко.

С. М. Акинфиев [1] разделил весь развлекательный контент на реалити-шоу, легкие ток-шоу, телевизионные викторины и «собственно шоу». При создании данной классификации, по утверждению исследователя, упор делался на формальный аспект, а не на функции или содержание программ.

С. Н. Ильченко [2] учел тематические особенности развлекательных передач: его типология включает три большие группы – юмористические, музыкальные и игровые жанры. К юмористическим автор относит эстрадный «капустник», юмористический сборник, авторскую юмористическую / сатирическую программу, юмористический журнал, юмористическую игру, юмористический мини-сериал (мультипликационный, игровой, кукольный), телевизионный розыгрыш, передачу-пародию, встречу с сатириком / юмористом.

Музыкальная подгруппа развлекательных жанров включила записанную для трансляции концертную программу; концерт, записанный прямо в павильоне или студии; музыкальное обозрение; конкурсную программу в виде чарта популярных песен / мелодий / клипов; музыкальные шоу-конкурсы.

Наконец, игровыми программами, по терминологии С. М. Ильченко, являются игры, лотереи, викторины, шоу-викторины, интеллектуальные игры-викторины, игры-розыгрыши, шоу-соревнования, музыкальные игры, ток-шоу соревнования, скетч-шоу, реалити-шоу, спортивные трансляции, спортивные шоу-розыгрыши и др.

Если классификация С. Н. Акинфиева кажется нам слишком обобщающей, то С. Н. Ильченко выделяет в качестве жанров слишком частные разновидности программ.

С 2010 по 2020 г. развлекательный эфир исследовали Р. В. Удовиченко [3], И. А. Новикова [4], Т. В. Зуева [5] и др. В своих работах авторы, опять же, ориентируются исключительно на двух вышеупомянутых исследователей. Тем временем, развлекательный контент продолжает захватывать аудиторию, наполнять эфир телеканалов и платформу YouTube.

Изучение телеэфира, существующих исследований позволило нам отобразить собственный взгляд на проблему. При типологизации телеконтента считаем нужным рассматривать комплекс критериев: отношение отраженных авторами событий, фактов и образов к реальности (1); методологию и способ представления информации (2), основные функции воздействия телесообщения (3).

Кроме традиционных для отечественных классификаций жанровых групп (информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры), этот подход позволяет выделить рекламную, информационно-развлекательную и художественно-развлекательную. Отметим, что речь идет не только о жанрах тележурналистики, а о телеконтенте в принципе. Такой подход чаще используется зарубежными исследователями и, на наш взгляд, демонстрирует достаточную продуктивность. Шоуизация современной экранной культуры, актуализация рекламной функции телевидения и тенденции конвергенции медиа приводят к смешению журналистики с другими смежными сферами творческой деятельности. Достаточно часто исследователи не могут четко разделить, какие жанры определенно относятся к развлекательной журналистике, а какие стоит рассматривать как экранный вариант эстрады, где граница между рекламированием услуг и выполнением просветительской функции, и т. д.

Итак, мы выделили две группы развлекательных жанров: информационно-развлекательные и художественно-развлекательные.

Задача информационно-развлекательного телеконтента наглядно демонстрировать зрителю реальные факты, транслировать знания, информировать и/или обучать посредством развлечения. В отдельных случаях такие программы выполняют только рекреативную функцию – развлечение ради развлечения. Тем не менее даже самая легкая и неглубокая по содержанию передача ретранслирует культурные стереотипы, модели поведения, политические идеи и др. Ключевое отличие информационно-развлекательных телепродуктов от следующей рассматриваемой группы – основой является интерпретация реальной информации (факты, данные, ситуации, события и др.). Рассматриваемые программы имеют или игровую (ролевою), или повествовательную структуру, строятся на запоминающихся образах, подают новости, факты и ситуации в легкой, занимательной, неимперативной, часто юмористической форме.

К информационно-развлекательной группе относим телешоу всех разновидностей (ток-шоу, реалити-шоу, шоу-игры, шоу-концерты (вэраети)), телеэксперимент (неконкурсные реалити), чарты, докудрамы, телеэнциклопедии, сборники юзер-видео.

Художественно-развлекательные жанры вещания – это повествовательное отображение нереальных или псевдореальных ситуаций, представление типичных или уникальных историй в художественной форме

с целью развлечь публику. В основу сценария таких продуктов может лечь реальная история, однако в большинстве случаев она является только поводом для создания контента, основой для художественной обработки и воспроизведения новой истории, в которую автор закладывает собственный смысл. Чаще всего данные телепродукты имеют нарративную структуру, представляют собой сюжет, построенный по законам драматургии, или набор сюжетов.

К данной группе мы относим художественный телефильм (в том числе драматические сериалы), мыльную оперу, ситком, скетч-шоу, телеспектакль, музыкальный клип, телемюзикл.

Информационно-развлекательная группа имеет непосредственное отношение к журналистике. Остановимся на двух ярких жанрах, которые чаще всего встречаются в белорусском телеэфире.

Телешоу – развлекательная телепрограмма, направленная на выполнение рекреативной функции и/или информирование и просвещение зрителя, предметом отображения которой является игровая ролированная коммуникация. Если в других информационно-развлекательных программах игра и ее элементы являются средством воздействия, в телешоу – основой, тем самым зрелищем, которое презентуется зрителю. Так, в ток-шоу мы наблюдаем игру-разговор, в вэраети (шоу-концертах) – разыгрывание творческих номеров, в шоу-играх (викторинах, game show, лотереях) – интеллектуальное или физическое соревнование, в реалити-шоу – игровое выполнение заданий авторов программы в реальных и псевдореальных ситуациях, часто в комплексе с игрой «в построение отношений». В каждом случае участники ориентированы на получение реального или виртуального приза (в ток-шоу – это победа в дискуссии; в шоу-концертах – признание лучшим среди продемонстрированных талантов; в шоу-играх – деньги или их эквивалент, в реалити-шоу – приз и/или отношения. В процессе игры участники могут обсуждать серьезные темы, разыгрывать жизненные кейсы, требующие осмысления (общественно-политические ток-шоу, благотворительные концерты и др.), знакомить аудиторию с важными фактами и расширять кругозор (интеллектуальные игры, реалити-шоу разновидности шоу-профи), удовлетворять гедонистические потребности (все шоу), предлагать психологическую поддержку (реалити-шоу, социальные ток-шоу и др.). Характерные черты телешоу – большое количество коммуникативных ролей экранных персонажей (часто один герой выполняет сразу целый комплекс ролей), масштабность, зрелищность, постановочность,

локализация действия (полная или частичная) вокруг постоянной съемочной площадки.

Телевизионный эксперимент (неигровое реалити) – информационно-развлекательная телепрограмма, основанная на документальной съемке какого-либо эксперимента (проверка, испытание, обучение и др.). Программы данного типа могут демонстрировать технический эксперимент (например, постоянное наблюдение за одним персонажем), социальный эксперимент, провокацию, тестирование товаров или услуг, смену имиджа и другие. Выделение телеэксперимента в отдельный жанровый вид позволяет систематизировать большое количество программ, которые в отличие от реалити-шоу имеют в структуре только элементы игры, а не строятся на ней полностью. Для практиков телепроизводства более привычно называть такой контент термином реалити, однако важно отметить, что как только в анонсах неосторожно добавляют приставку «шоу», появляется опасность не оправдать ожидания зрителя. Наши предыдущие исследования [6] продемонстрировали, что от шоу аудитория ждет особой зрелищности, максимальной развлекательности, тогда как неигровое реалити редко содержит соревнование, меньше стимулирует азарт.

Таким образом, телешоу и неигровые реалити с помощью нарратива или игры развлекают зрителя, помогают осмыслить актуальную информацию, предлагают увидеть варианты действий в типичных и нетипичных ситуациях – дают почву для того, чтобы зритель думал, моделировал собственное поведение и взаимоотношения. Докудрамы, являющиеся продуктом гибридизации журналистики и игрового кино, в отличие от данных типов программ, акцентируются чаще на информировании, интерпретации некогда существовавшей ситуации или жизненной истории. Реже моделируют текущую реальность, в меньшей степени имитируют подглядывание. Телеэнциклопедии, сборники юзер-видео и чарты же больше акцентированы на простой презентации данных, аккумуляции сюжетов/фактов/имен, не имеют сложной драматургии: по форме подобные передачи напоминают телевизионное обозрение или информационное выступление в кадре.

Библиографические ссылки

1. *Акинфиев С. Н.* Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Моск. гос. ун-т [Электронный ресурс]. URL: <http://edu.of.ru.attach/17/43529.doc> (дата обращения: 16.01.2019).

2. *Ильченко С. Н.* Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419>. (дата обращения: 16.01.2019).
3. *Удовиченко Р. В.* Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга СТС Медиа // Научная мысль Кавказа. 2011. № 2 (66) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-osobennosti-razvlekatel-nogo-televideniya-na-primere-teleprogramm-holdinga-sts-media> (дата обращения: 09.09.2020).
4. *Новикова И. А.* Современное развлекательное телевидение в контексте общественных дискуссий // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-razvlekatelnoe-televeshanie-v-kontekste-obshchestvennyh-diskussiy> (дата обращения: 09.09.2020).
5. *Зуева Т. В.* Современное российское развлекательное телевидение // Научный вестник МГТУ ГА. 2012. № 182 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-rossiyskoe-razvlekatelnoe-televidenie> (дата обращения: 09.09.2020).
6. *Кузьмина А. Ю.* Тэлешоу: ад творчай задумы да рэалізацыі / навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск: Медысонт, 2014. 112 с.

**ФОРМИРОВАНИЕ
ПРОГРАММНОЙ СЕТКИ РАДИОСТАНЦИИ:
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на примере радиостанции «Радиус FM»)**

А. Л. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
anna_lebedeva@tut.by*

В статье рассматриваются особенности формирования программной сетки вещания современной белорусской радиостанции «Радиус FM». Речь идет о влиянии на данный процесс ряда факторов. Одним из них является психологическая специфика аудитории.

Ключевые слова: радиостанция; вещание; аудитория; психологическая направленность; рейтинг; программа; формат.