

## ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ КОНКУРС В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

*Сюй Байсян,*

*соискатель ученой степени кандидата наук учреждения образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»*

**Аннотация.** В статье рассмотрен телевизионный музыкальный конкурс в контексте современного телевидения. Проведен краткий обзор современных исследований в области искусствоведения, посвященных телевизионному музыкальному конкурсу как части музыкального телевидения, а также работ по филологии и журналистике, посвященных изучению его зрелищных форм. Проанализированы художественная и внехудожественная составляющие телевизионного музыкального конкурса, а также причины популярности данного вида телепродукции у современного зрителя.

**Ключевые слова:** телевидение, современное телевидение, телевизионный музыкальный конкурс.

## TV MUSIC COMPETITION IN THE CONTEXT OF MODERN TELEVISION

*Xu Bai Xiang,*

*Competitor of a Scientific Degree of Candidate of Sciences of the Educational  
Institution «The Belarusian State University of Culture and Arts»*

**Abstract.** The author provides a brief overview of contemporary research in the field of art criticism devoted to the television music competition as part of musical television, as well as works in philology and journalism devoted to the study of its spectacular forms. The article analyzes the artistic and non-artistic components of a television music competition, as well as the reasons for the popularity of this type of television production among modern viewers.

**Keywords:** television, modern television, television music competition.

Современное телевидение предлагает зрителю огромный выбор программ различной жанровой и тематической направленности. Одним из наиболее востребованных зрителем телевизионных продуктов являются телевизионные музыкальные конкурсы (ТМК).

Последние десятилетия отмечены появлением ряда исследований, в которых затрагивается проблема ТМК. В первую очередь это работы, посвященные музыкальному телевидению, которое изучается такими белорусскими искусствоведами, как А. А. Карпилова, Е. О. Сушко. В связи с тем, что ТМК включает в себя как художественный компонент, так и внехудожественный, ряд современных исследований, в т. ч. и российских авторов, проводится в рамках филологии и журналистики (Е. Л. Вартанова, Е. Л. Шерстобоева), культурологии (А. А. Новикова). Среди работ белорусских авторов можно отметить монографию филолога Л. П. Саенковой «Массовая культура: эволюция зрелищных форм», которая посвящена массовой культуре и телевидению как носителю всех ее признаков.

Телевидение по своей природе ориентировано на массового зрителя. По мнению Е. О. Сушко, на современном этапе «главными требованиями, предъявляемыми к телепроизведениям, становятся зрелищность, развлекательность и массовость» [5, с. 19]. Действительно, для удержания внимания аудитории производители телевизионного контента пытаются насытить экранное действие динамизмом, яркостью, интригой чтобы сделать его максимально зрелищным и захватывающим. Сохраняя значение в качестве института просвещения и культуры, современное телевидение со свойственной ему бизнес-моделью все дальше уходит в сторону института массового развлечения [1, с. 17].

В ТМК зрелищность достигается за счет синтеза разных видов искусств. Здесь сплетаются воедино музыкальные (музыкальные номера), театральные (актерское мастерство, режиссура, сценография), хореографические, а в ряде случаев акробатические и цирковые компоненты в сочетании со средствами выразительности экранных видов искусств (динамичный монтаж, выразительные планы и ракурсы и т. д.). Важно отметить, что это является далеко не единственным фактором привлечения внимания аудитории. Здесь на первый план зачастую выходят внехудожественные компоненты, например, факты и события, связанные с участниками, – их истории, взаимоотношения, которые раскрываются как через живой диалог на сцене, так и посредством интервью, репортажей, вплетенных в общую структуру телеповествования.

Одним из самых мощных стимулов для просмотра становится наблюдение «динамики» каждого из участников, ведь телевизионный музыкальный конкурс является зримым воплощением историй успеха, возможностью для любого, кто обладает харизмой и(или) талантом, громко заявить о себе и, возможно, начать профессиональную карьеру. Активная эксплуатация телевидением сюжетов о «превращении

в звезду» является типичным проявлением «эпохи массовых тиражей» [2, с. 16], которая по определению апеллирует к большинству, развивается за счет постоянного воспроизведения схем и клише, архетипов бессознательного и использования фольклорных основ. По мнению белорусского исследователя Л. П. Саенковой, телепродукция, снискавшая всеобщее обожание, построена «по принципу восстановления мифологических сюжетов, архетипических схем» [4, с. 78]. Так, в телевизионном музыкальном конкурсе мы видим знакомую историю о Золушке, однако бесконечное воспроизведение этой формулы порой обретает здесь «промышленные» масштабы («Фабрика звезд» и т. д.).

Еще одним фактором, обеспечивающим драматургическое и эмоциональное напряжение, является соревновательность. Она основана на интриге: кто же станет победителем? С этим связаны и все «атрибуты» соревнования в ТМК: раунды, этапы, судейство и т. д. Это отражает «гибридную» природу музыкального конкурса, объединяющего в себе музыкальную программу (концерт), игру, реалити-шоу и соревнование. При этом телеаудитория может выступать не только в роли пассивных зрителей, но и в качестве судей. Это становится возможным благодаря интерактивности современного телевидения, благодаря которой самые широкие массы могут голосовать за любимых исполнителей, непосредственно определяя победителя. Так, рассуждая о современных зрителях, Е. Л. Вартанова отмечает, что это «массовое и не очень ясное по границам и интересам сообщество <...> индивидуализированных и зачастую активных пользователей» [1, с. 12].

Совокупность перечисленных факторов – зрелищность, архетипичность сюжета, соревновательность и интрига, а также интерактивность – обеспечивают ТМК высокие рейтинги, вызывая живой отклик зрительской аудитории. «Синтезируя в своей структуре различные жанры и методы воздействия на аудиторию, телевизионные шоу всех мастей стремятся к одной цели – вызвать у зрителей всплеск эмоций» [2]. Легкий, развлекательный характер таких проектов соответствует тем тенденциям, которые характерны для современного телевидения в целом. Производители всеми средствами стараются достичь высоких рейтингов чтобы продолжать полюбившийся проект как можно дольше, выпуская очередные сезоны с участием новых исполнителей.

1. *Вартанова, Е. Л.* Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ / Е. Л. Вартанова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2011. – № 4. – С. 6–26.

2. *Зоркая, Н. М.* Уникальное и тиражированное. Средства массовой информации и репродуцированное искусство / Н. М. Зоркая. – М.: Искусство, 1981. – 167 с.

3. *Новикова, А. А.* Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия / А. А. Новикова. – СПб.: Алетей, 2008. – 208 с.

4. *Саенкова, Л. П.* Массовая культура: эволюция зрелищных форм / Л. П. Саенкова. – Минск : БГУ, 2003. – 123 с.

5. *Сушко, О. Е.* Музыкальное телевидение Беларуси: жанровая типология и основные тенденции развития : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.03 / О. Е. Сушко ; Нац. акад. наук Беларуси, Центр исслед. белорус. культуры, яз. и лит. – Минск, 2016. – 27 с.