

Миля И.И., студ. гр. 311а ФКиСКД
БГУКИ
Научный руководитель – Мойсейчук С.Б.,
кандидат педагогических наук, профессор

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ В СТРУКТУРЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕЩАНИЯ

Ни одно средство информации, не говоря уже об искусстве, не знало такого стремительного и бурного развития, какое получило телевидение. Оно было изобретено как техническое средство, позволяющее видеть на расстоянии, видеть за пределами естественных возможностей человеческого глаза. Способность телекамеры показывать событие в момент его совершения ни для кого не представляет секрета. Более того, такие качества телевизионной информации как ее визуальность, достоверность и предельная оперативность вызвали широкое применение телевидения в промышленности, на транспорте, в военном деле, в освоении космоса.

Вслед за исследователями Е.Г. Дьяковым, А.Д. Трахтенбергом и С.Г. Корносенко, можно выделить основные отличительные черты телевидения от других видов искусства.

Во-первых, оперативность. В современном информационном обществе весьма важно обладать последними оперативными данными. Событие, которое случилось сегодня, покажут сегодня же в новостях. О такой оперативности нельзя говорить в случае с печатными СМИ. Конечно, можно говорить об оперативности Интернета, но, во-первых, интернет есть не у всех, а во-вторых, поиск в интернете требует определенных усилий, а телевизор достаточно только включить в определенное время.

Во-вторых, эффект очевидности. У зрителя создается впечатление, что он видит событие непосредственно собственными глазами, а соответственно, что так и обстоит дело как показано по телевизору. Ведь когда мы в чем-то уверены, мы говорим «это же очевидно, то есть видно очами», мы доверяем

своим глазам больше, чем другим органам чувств. Данный феномен был описан еще У. Липпманом как «феномен фотографии».

В-третьих, выразительность телевизионных образов. Основная цель телевидения состоит в привлечении внимания зрителей, с тем, чтобы в дальнейшем привлечь рекламодателей. Эта цель достигается разными методами воздействия на эмоции и чувства человека, так как эмоциональная составляющая больше всего поддается воздействию. Например, с помощью правильно подобранной, сбалансированной цветовой гаммы. Цвет влияет на психоинтеллектуальное состояние человека, апеллируя к чувствам, а не к логике человека.

В-четвертых, впечатление неангажированности тележурналистов. Если в телевизионной программе обсуждается какая-либо проблема, то обязательно разделение обсуждающих проблему на противоборствующие стороны, с тем чтобы создать эффект нейтральности тележурналистов. Новости же являются «чисто информационной программой».

В-пятых, «уход от реальности». Телевидение может перенести человека в любую точку мира, с «эффектом включенности» в происходящее, предоставляет человеку переживать те эмоции, которых он лишен в повседневной жизни [1; 2].

Телевизионное искусство в широком смысле слова заключается в профессиональном использовании технических средств, принципов выразительности и законов восприятия телевизионного зрелища, в умении проникнуть в смысл событий действительности, в мастерстве интерпретации театрального спектакля, концерта, в особой художественной обработке «кусков» жизни (репортаж, интервью). В различных телевизионных передачах на эстетической основе непосредственно соединяются информационно-публицистические и художественные функции телевидения.

Искусство телевидения не только синтезирует художественно-эстетические принципы кино, театра, литературы, музыки, изобразительного искусства, эстрады, но и располагает возможностью, как репродуцирования,

так и качественно нового использования готовых форм «старших» искусств в создании собственных продуктивных форм. Кроме того, телевидение эстетически использует ту высшую степень творческого зрительного сопереживания, которая возникает благодаря восприятию зрителем происходящего на телеэкране у себя дома. Оно привлекает особое внимание аудитории иллюзией интимного обращения непосредственно к конкретному человеку, к конкретной семье.

Далее подробно остановимся на характеристике развлекательного сегмента современного телевизионного вещания. Среди развлекательных телевизионных передач исследователи выделяют: реалити-шоу, ток-шоу, телевикторины, шоу - программы.

На постсоветском телевизионном пространстве, в частности в Российской Федерации, первые реалити-шоу появились в 2001 году и условно их можно разделить на четыре группы. Программы первой группы («Последний герой» (Первый канал), «Дом-2» (ТНТ), «Остров искушений» (REN-TV), «За стеклом» (ТВ-6)) эксплуатируют, прежде всего человеческие инстинкты и эмоции. Реалити, объединенные во вторую группу – это передачи, основанные на самореализации участников – «Фабрика звезд» (Первый канал), «Голод» (ТНТ), «Народный артист» (РТР). Третья группа – это проекты, персонажи которых не живут вместе и не изолированы от общества. Последняя, четвертая группа реалити-шоу, внешне самая простая и незамысловатая, - хроники, где камера просто фиксирует происходящее, независимо от авторского замысла.

Разделить ток-шоу на четкие группы, можно, руководствуясь адресным критерием. Адресный подразумевает деление ток-шоу на группы в соответствии с той аудиторией, для которой они предназначены. Можно выделить три основные группы: «женские», «семейные» узкоспециализированные, которые чаще всего представлены музыкальными ток-шоу.

Поскольку центральной фигурой телевикторин является именно ведущий, подобные программы достаточно легко делятся на три группы, в зависимости от того, кто является антагонистом ведущему. Первая группа – викторины, в которых ведущему противостоят каждый раз новые, незнакомые ему игроки, вторая группа – это передачи, в которых с ведущим играет определенное количество одних и тех же эрудитов, третья группа – противостояние ведущего и зрителей (телезрителей).

Последняя, самая сложная из четырех – это группа передач, названная шоу-программы. Все шоу-программы можно разделить на четыре группы: костяк первой составляют распространенные на нашем телевидении жанр скетч-шоу, вторая группа – это собственно юмористические программы, подобные «Аншлагу» (Россия), «КВНу» (Первый канал), третью группу передач, относящихся к жанру стендап-комеди, на сегодняшний день представляет единственная, уникальная в своем роде на российском телевидении передача «Comedy club» (ТНТ), четвертая группа программ – это собственно шоу, передачи, представляющие собой набор сценических зрелищ и эстрадных номеров, как правило, музыкального характера.

Таким образом, развлекательный сегмент на современном телевидении занял одну из лидирующих позиций по вниманию зрительской аудитории к себе, а телевизионные каналы находятся в поиске новых видов и жанров развлекательных передач.

Список использованных источников:

1. Дьякова, Е.Г., Трахтенберг, А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов [текст] / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. Екатеринбург: УрО РАН – 1999. – 126 с.
2. Корконосенко С.Г. Асоциальные тенденции на российском телеэкране //Сборник материалов международной конференции «Общественное телерадиовещание для России; возможности и перспективы». – Москва, 2010. – с. 58-65