

Основные особенности развлекательных передач и публикаций

Зубцова Наталья

перец



**ГДЕ
ЛОГИКА?**

Введение

1. Создание

2. Место и роль развлекательной телепрограммы в эфире

2.1 Жанры развлекательных программ на телевидении и радио

2.2 Структурно-композиционные особенности развлекательных телерадиопрограмм

3. Пирамида

4. Сравнение отечественных и передовых зарубежных технологий в сфере подготовки развлекательных программ



Современную медиакультуру невозможно представить без телепередач, в основе которых **развлечение**. Последние 10 лет российское телевидение обвиняют в деградации – его заполнили развлекательные передачи, имеющие тенденцию к поверхностности и обладающие низким качеством. Имеющиеся научно-познавательные проекты, как правило, транслируются далеко за полночь, и ненадолго задерживаются в сетке телевидения.

Однако качество развлекательных программ с каждым годом растет так же, как и их рейтинги. Облик российского телевидения меняется – развлекательные передачи призваны теперь не только веселить, но и давать информацию, переходя в разряд познавательных. Создание шоу в формате «infotainment» (развлекательная информация) стало новым трендом.



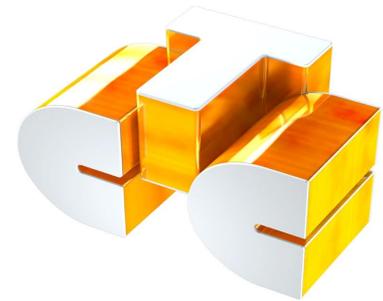


Создание

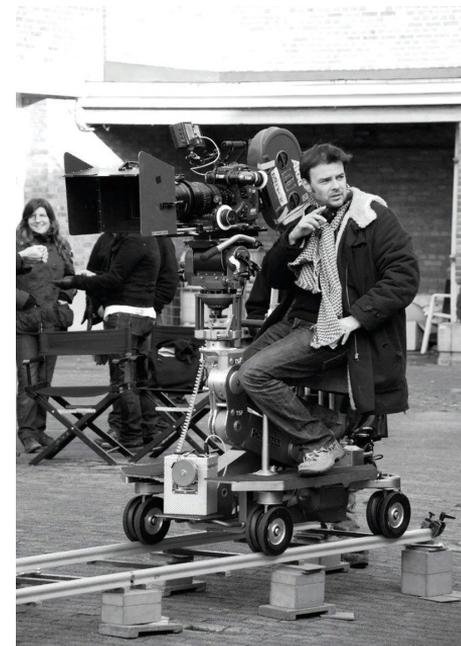
Фактура российского развлекательного телевидения, в частности ток-шоу, построена на основе американской модели жанра ток-шоу, но в последние годы приобретает все больше национальных черт (что характерно для передачи «Вечерний Ургант»)

Сегодня развивающееся в ускоренном темпе развлекательное телевидение находится в промежуточном состоянии.

Так называемое «обрусение» развлекательных каналов стало происходить в конце 1990-х годов, когда их управленцами стали представители российского менеджмента. Результат их работы оказал заметное влияние на становление современных развлекательных программ, начиная с «первого развлекательного» канала «СТС», и заканчивая остальными российскими телеканалами.



Видимое развитие развлекательного телевидения в России в последующие десятилетие (период 1990-2000-х годов) было закономерным. 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



Существующая сегодня потребность в развлекательных телепрограммах, несомненно, связана с социальными запросами, а также эмоционально-психологическим состоянием массовой аудитории. Развлечение, не зависит от временных характеристик, хотя зачастую быстро реагирует на актуальные события. Многие шутки могут вызывать смех у аудитории и через три дня, и через год, что делает жанр развлекательных шоу «вечным». Кроме того, одной из основных жанровых особенностей развлекательных программ их «сериальность» (то есть отсутствие ярко выраженной связи с мгновением, когда телезритель смотрит эту передачу), и возможность повторения в любой удобный для этого момент.

Развлекательные программы ориентированы на выполнение круга узких и специфических задач: достижения зрителем удовольствия и снятия психологического напряжения.



1) 1941 - 1945 - послевоенные годы - В годы Великой Отечественной Войны - радио было не только источником информации, оно поднимало дух людей, вселяло надежду и уверенность в победу. Транслировались практически все новые произведения отечественных композиторов и поэтов, на радио звучали концерты «По вашим письмам», «Концерт для воинов», «Встреча с песней».

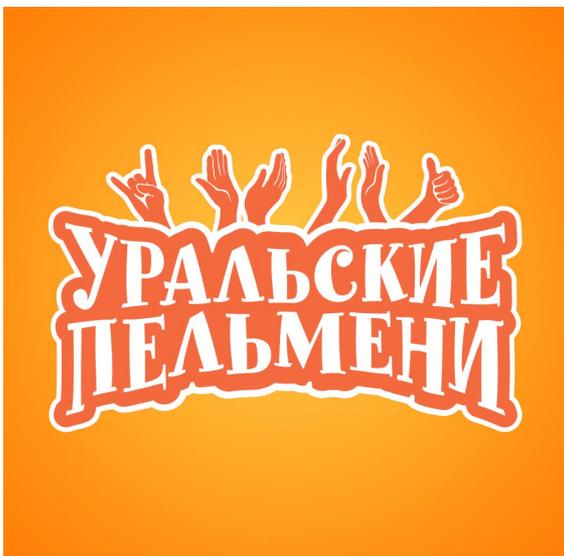
2) 1957 - 1970гг. - зарождение и формирование развлекательного телевидения. На радио в этот момент культурно-просветительские программы уже пронизывают все пласты и уровни радиовещания: это и новости о театре, кино, литературе, и трансляции концертов классической и народной музыки, и художественное чтение, и различные радиоконпозиции.

3) 1970 г. - первая половина 80-х годов - время жёсткого партийного контроля на телевидении, приостановившего качественное развитие развлекательного телевидения. Радио в этот момент также делает упор на образовательные программы («Радионяня», «КОАП»), развлекательных жанров в чистом виде практически не встречается.



4) вторая половина 80-х годов - переходный период, начало становления российского развлекательного телевидения. При этом на российских радиоканалах четко обозначилась экспансия медийных продуктов западного образца. Все больший вес приобретает массовое коммерческое вещание.

5) 1991 г. - наши дни - с появлением жанра реалити-шоу, а также повсеместным распространением викторин, ток-шоу и юмористических передач российский развлекательный теле- и радиосектор приобретает свои сегодняшние очертания.



Ток-шоу

В соответствии с той аудиторией, которой они предназначены, делятся на три группы: **семейные, женские и узкоспециализированные.**

Ток-шоу показывает человеку, столкнувшемуся с проблемой, что он не одинок, что вокруг достаточно людей с идентичными проблемами. Все участники ток-шоу - от зрителей до экспертов - пытаются смоделировать общую для каждого единичного случая ситуацию, проецируя ее не только на конкретного, сидящего перед нами участника, но и на каждого телезрителя, имеющего к этой проблеме непосредственное отношение.



Итак, группы ток-шоу:

- «Женские» ток-шоу. В программе обсуждаются те вопросы, которые интересуют или могут заинтересовать только женщин (личная жизнь, мода, красота, здоровье, карьера), проблема рассматривается, как правило, сквозь призму женского видения мира, героями повествования являются женщины, ведут передачи женщины-ведущие.



- «Семейные» ток-шоу. В отличие от сугубо «женских», они ориентированы уже на семью, обсуждаются проблемы, одинаковые для обоих полов, участниками в равной степени являются как мужчины, так и женщины.



- Узкоспециализированные, например, музыкальные ток-шоу
- Конфликтные ток-шоу. Передачи, делающие акцент на скандалах, разногласиях, зачастую на драках участников. Суть программы, как правило, не в поиске решения, а в самом обсуждении проблемы
- Ток-шоу - совет. Такие программы помогают участникам найти выход из ситуации, решить проблемы, дать нужный совет. Авторы стараются избегать открытых конфликтов в студии



Реалити-шоу.

Делятся на две группы: реалити-шоу, посвященные соревнованиям, борьбе, и реалити-шоу, направленные на самореализацию героев.

- Соревновательные реалити-шоу эксплуатируют, прежде всего, человеческие инстинкты и эмоции. Это передачи, построенные по принципу «отношения - конкурс - изгнание». Целью является не столько победа участника в каком-то конкретном соревновании или в проекте вообще, сколько проверка его умения «выжить», умения выстроить отношения с другими персонажами на протяжении всего цикла передач

- Реалити-шоу, основанные на самореализации участников. Здесь вероятность победы или проигрыша героя зависит не только и не столько от его социального чутья, сколько от его умений.



Хроники. Это передачи, находящиеся на стыке реальности и шоу, передачи, которые нельзя назвать реалити-шоу в полном смысле этого слова: здесь нет соперничающих друг с другом участников, а временные и территориальные рамки определяются лишь главным героем, иногда единственным, который в ряде случаев является одновременно и ведущим.

Викторины, в которых ведущему противостоят каждый раз новые, незнакомые ему игроки.

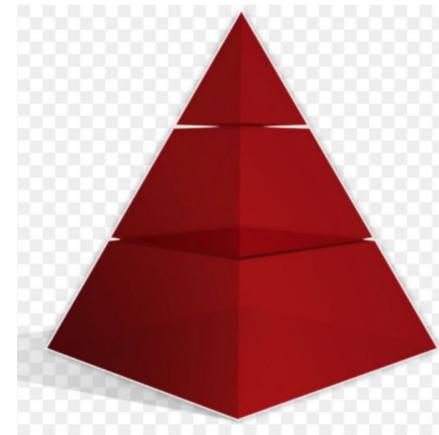


Развлекательные теле- и радиопрограммы содержат в себе элементы самых различных жанров: и драматические сценки, и скетчи, и музыкальные номера, и викторины, и многое другое. В подобного рода программах есть ведущий, образ которого крайне важен для целостного восприятия данных телепрограмм. Наличие строгой периодичности эфира.

Как любой завершённый литературный текст, журналистский текст опирается на классическую композиционную систему: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка.

Таким образом, возникает понятие пирамиды и её трёх разновидностей:

- прямая (постепенная подводка к главному);
- перевернутая (от главного к подробностям);
- смешанная (в начале - главное, но и кульминация сохраняется).



Сравнение отечественных и передовых зарубежных технологий в сфере подготовки развлекательных программ

В последние годы СМИ России значительно изменились. Значительная часть программ и сериалов создаются на основе иностранных аналогов. Современные российские СМИ активно используют зарубежный опыт и технологии.

В качестве наиболее известных примеров стоит назвать сериалы «Моя прекрасная няня», «Не родись красивой», «Счастливы вместе», программы «Танцы со звездами», «Секрет Успеха», и др. Применительно к сериалам, происходит переработка иностранного сценария, иногда в большей, иногда в меньшей степени. Как правило, происходит адаптация сценария и всех персонажей сериала к российским реалиям. Кроме того, ведется много разговоров о попытках производства российских сериалов в типично американских жанрах, учитывая популярность зарубежных программ такого сорта



Сегодня на российском рынке программ произошли серьезные перемены. Всего несколько лет назад даже национальные государственные каналы сталкивались с проблемой поиска оригинальных программ высокого качества. Но после введения практики производства контента по лицензии, рейтинги многих **СМИ** устремились вверх.

В 2008 году ОАО «Первый канал» и голландская компания 2WAYTRAFFIC подписали контракт, согласно которому права на производство телепроекта «Кто хочет стать миллионером?» в России принадлежат **Первому каналу**

Программа «**Кто хочет стать миллионером?**» создается в жанре викторины.



Участникам шоу необходимо правильно отвечать на поставленные вопросы, каждый раз угадывая правильный ответ из серии предложенных. Самый крупный выигрыш - в Великобритании (равняется 1 млн. фунтов стерлингов). В других странах, где демонстрируется шоу, максимальный приз обычно приравнивается 1 млн. в денежных единицах страны-вещателя. В России эта сумма равнялась 1 миллиону рублей, затем была увеличена до 3 миллионов.

Шоу родилось в Великобритании. Формат изначально был изобретен Дэвидом Бриггсом, который написал сценарий для серии промо-игр, которые Крис Таррант использовал в своем утреннем эфире на радиостанции Capital FM. Первоначальное название программы было «Гора наличных». Впервые она вышла в радиоэфире 4 сентября 1998 года.

«Кто хочет стать миллионером?» - самый успешный международный телеформат всех времен. Шоу демонстрировалось более чем в 100 странах мира, что является абсолютным рекордом. На НТВ, например, существовала передача «О, счастливчик!»



Вопросы

1. Без чего

НЕВОЗМОЖНО

представить

современную



Литература

1. Акинфиев, С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения
2. Акинфиев, С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры
3. Аносова, С.Н. Игровые проявления, как способ подачи теленовостей
4. Вартанова, Е.Л. СМИ России как индустрия развлечений





**Спасибо
за внимание**

