

Для полноценного медиапланирования необходима информация. На наш взгляд, на данный момент специалисты республики Мордовия помнят об этом.

Во-первых, нужна информация о медиапредпочтениях телезрителя, которым интересуется рекламодатель. Важно знать, какие телевизионные программы, передачи, каналы предпочитают смотреть и смотрят в действительности интересующие рекламодателя потребители, как часто и в течение какого времени они это делают.

Во-вторых, важны исследования рекламного сообщения. Нужны данные: где, в какое время дня, в каких объемах и чья реклама выходит. «Информация о медиапредпочтениях позволяет формировать качественный медиаплан» [3. С. 19].

Качественные медиаисследования рынка рекламных услуг требуют немалых финансовых затрат, а в регионах сеть рекламных структур мало развита.

Литература

1. Лаврентьева Т.О. Объем российского рынка рекламы в 2013 / Т.О. Лаврентьева. — URL: [http://liveiframe.com/Obem_rossiyskogo_rinka_reklami_/](http://liveiframe.com/Obem_rossiyskogo_rinka_reklami/) (Дата обращения: 07.03.2015).
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер — М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. — 656 с.
3. Климин А. Медиапланирование своими словами / А. Климин — М.: Питер, 2007.— 36 с.

УДК 654.197

DOI: 10.17223/23062096/4/18

А.А. Хлызова

Южно-Уральский государственный университет

ОБНОВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ЖАНРОВ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАУСЛОВИЯХ

В данной статье представлены общие характеристики процессов изменения современных масс-медиа и телевидения в частности, а также обозначены изменения сценариев потребления информации телезрителями. Отмечено, что это влияет на изменение системы телевизионных жанров, активное использование форматов в телевизионном производстве, появление новых и гибридных жанров и околожанровых форм. Делается вывод о необходимости уточнения жанровых разновидностей в системе телевизионных жанров и предлагается вариант обновления этой системы.

Ключевые слова: телевидение, журналистика, современные медиаусловия, конвергенция СМИ, система телевизионных жанров.

This research paper deals main characteristics of designates processes of mass media's changes and of television in particular. Also it is marks changes of consuming schedules of viewers. This research paper designates that all process influences update of television genres' system, actively use the formats in television production and contributes emergence of new genres, hybrid genres and others. As a result of concluded necessary clarify of genres' varieties in modern television genres' system, and author suggests a version of update of this system.

Keywords: the television, journalism, the modern circumstances of mass media, convergence of mass media, television genres' system.

СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ активно изменяется под влиянием постоянно развивающихся информационно-коммуникационных технологий, которые преобразуют процессы производства и потребления информации и рождают необходимость разработки новых моделей функционирования СМИ. Причи-

ной этого выступают серьезные социальные изменения: благодаря интернету и мобильным средствам связи аудитория оказалась в центре непрерывного информационного потока, из которого пользователи научились получать только интересующую их информацию, самостоятельно искать и даже создавать ее. Это обновило информационные потребности аудитории и систему общественных связей, что повлекло за собой изменение отношения к журналистике и потребовало трансформации технологий сбора, обработки, распространения информации, экономических подходов к созданию и продвижению медиа, пересмотра профессиональной роли журналистов и моделей их взаимодействия с потребителями. Сейчас СМИ постепенно преобразуются под влиянием дигитализации и конвергенции, подчиняясь общим тенденциям данных процессов, однако их традиционные формы (печатные, радио, телевизионные СМИ) не исчезают. Эти формы дополняются мультимедийной платформой, что обновляет технологические и функциональные возможности СМИ, в частности, телевидения.

Трансформация телевидения в условиях конвергенции влечет изменения в творческом процессе производства телевизионных продуктов. Новые потребности и интересы телезрителей заставляют тележурналистов обновлять визуальные и содержательные элементы материалов, технологические возможности позволяют использовать мультимедийные платформы для передачи сообщений, все больше и больше распространяются интерактивные формы взаимодействия с аудиторией,

что оказывает воздействие на жанровую структуру телеконтента и способствует появлению новых форматов вещания. Изменениям жанровой системы способствуют также социальный, экономический, политический, культурный и другие факторы. Поэтому сейчас действительно необходимо исследовать обновления, происходящие в системе телевизионных жанров на современном телевидении.

Еще в начале 1990-х годов российское телевидение начало претерпевать серьезные преобразования: телеэфир заполнился ранее неизвестными жанрами и формами, произошли изменения в отечественной телевизионной практике, связанные прежде всего с ориентацией на коммерческую прибыль, что привело к появлению форматов в телевизионном производстве [1. С. 335]. С.Н. Ильченко отмечает, что трансформация системы жанров происходит до сих пор, все больше увеличивается сегмент развлекательного телевидения, образуются новые жанровые модели интерпретации эмпирической и организации экранной реальности, расширяется совокупность функций телевидения и телевизионной журналистики. В результате основой современной эфирной практики стало стремление к сенсационности, понятие «формат» утвердилось в телевизионном производстве и сводит творческую деятельность к набору внешних, формальных признаков, отработанных приемов сбора и обработки информации и ее интерпретации [2. С. 4]. Это существенно изменило деятельность тележурналистов — если в 90-е годы только зарождалась тенденция виртуализации реальности, то теперь журналисты четко следуют этой тенденции, стремясь создать шоу из событий реального мира. Сейчас, в период активного освоения мультимедийных технологий, именно эти технологии становятся ведущими в современном телевизионном производстве, так как позволяют максимально визуализировать информацию и эффектно предоставить ее, соединяя процесс информирования аудитории с ее развлечением.

Кроме этого, обновление системы телевизионных жанров происходит по причине изменения потребления информации телезрителями: для современной аудитории свойственна концепция «кликерного сознания», заключающаяся в восприятии информации и визуальных образов нелинейно, фрагментарно, множественно, на основе мультимедийных, ограниченных по времени ресурсов. А. Эверетт связывает модификацию человеческой жизнедеятельности и «кликерное» восприятие медиареальности с возрастанием роли технологий и технических устройств: «Современные потребители постоянными «кликами» переключают каналы, пытаются составить целостную картину на основе множества обрывочных информационных потоков» [цит. по 3. С. 58]. Поэтому, чтобы заинтересовать телезрителей, телекомпании вынуждены производить яркие, красочные, фееричные, эмоциональные шоу, даже фрагмент которых будет способен «зацепить» взгляд потребителя и заставить его смотреть дальше. Отсюда именно шоу, наполненные яркими спецэффектами, построенные

на динамизме и непредсказуемости развития событий, основанные на интересном и детализированном видео, становятся медиаканалом доставки информации до аудитории.

Мультимедийность, форматизация контента, его зрелищность, фрагментарность и нелинейность его восприятия телезрителями — все это ведет к обновлению системы телевизионных жанров, в основе которой лежит поиск оптимального сочетания понятийных и образных способов передачи информации, выбор особого вида съемки и монтажа, которые подчиняются логике изложения фактов с присутствием эмоционального и эстетического начал и способствуют эффективному решению конкретной творческой задачи. В современном телепроизводстве основной задачей становится привлечение и максимизация аудитории, поэтому тележурналисты часто выбирают не конкретный жанр, а формат.

Под форматом единицы эфирного контента С.Н. Ильченко предлагает понимать совокупность организационных приемов и структурных элементов телевизионного продукта, включающих драматургию конкретных ситуаций, характерный состав ведущих и приглашенных участников, систему отношений между ними, продолжительность данной эфирной единицы, степень и качество участия публики и т. п.; то есть формат определяет для программы (передачи) те внешние признаки и качества, которые отличают ее от других [2. С. 28]. В современной практике телевизионного производства термин «формат» стал использоваться гораздо чаще, чем жанр, и можно даже говорить о некоторой замене понятий. Это связано с тем, что формат имеет отношение к организации телевизионного производства, это более простые для реализации внешние признаки программы, тогда как жанр предполагает профессионализм и творческий подход, определяет содержание, внутренние и смысловые характеристики телевизионного произведения. Учитывая, что сейчас медиаиндустрия, в том числе телевидение, работает по конвейерному принципу, становится ясно — производство форматов проще, чем соблюдение жанровых признаков, поэтому для современного телевидения характерна не столько диффузия жанров, сколько диффузия форматов и жанровых элементов. Кроме этого, в основе всех существующих сегодня форматов лежит рекреативная функция, что обуславливает практическую необходимость их использования в процессе борьбы телеканалов за свободное время потребителей.

Спектр современных устоявшихся форматов невелик — это инфотейнмент, эдьютейнмент и технотейнмент. Инфотейнмент — синтез информации и развлечения, его цель — удовлетворить информационные потребности телезрителей в легкой зрелищной форме, обеспечивая интересный досуг. Начал активно использоваться в 1970-е годы в США, в 90-е утвердился как ведущий формат представления событийной информации на мировом телевидении. Эдьютейнмент предполагает подачу научной и образовательной информации в развлекательной форме; его цель — сделать

обучение максимально интересным и увлекательным для зрителя, при этом развлекательная составляющая здесь не является главной целью, а способом привлечения зрительской аудитории и возможностью преподнести сложную научную информацию доступно для обычного зрителя. Данный формат появился в начале 2000-х годов на европейских телеканалах, сейчас активно распространяется во всем мире, и не только на телевидении, но и в учебном процессе. Концепция технотейнмент является наиболее современной, используется значительно реже в сравнении с форматами инфотейнмент или эдьютейнмент и скорее определяет особый, основанный на мультимедийности, подход к внешнему оформлению образовательного материала [4]. В технотейнменте элементы развлекательности заключаются в способе подачи информации, в реализации рекреативной функции с помощью различных мультимедийных средств. Данные форматы в полной мере определяют организацию и внешние характеристики телевизионного произведения, делая его интересным для телезрителя, однако все же не способны определить содержание этого произведения, поэтому, несмотря на свою популярность, не могут вытеснить телевизионные жанры и околожанровые формы.

Сегодня телевидение переживает бурный процесс трансформации жанров, который, с одной стороны, характеризуется появлением новых жанровых единиц, с другой стороны — проявлением определенных традиций, связанных и с особенностями современного общественного развития, и с природой, выразительными возможностями телевидения. В результате четко просматриваются основные «векторные» направления жанрового развития: динамичность вещания (богатейшие выразительные возможности устного слова); репортажность («эффект присутствия», предельная достоверность, документальность); образность [5]. Но особенно на модификацию жанров влияет конвергенция СМИ, когда происходит слияние жанров печати, радио, телевидения и даже литературы, театра и кинематографа. Так возникают гибридные жанры, в которых характеристики и содержательно-формальные признаки классических жанров журналистики соединяются с приемами, методами, стратегиями шоу, игры, театрализованной постановки, концерта. К таким жанрам относятся зародившиеся в конце 1980-х — начале 1990-х годов и популярные сегодня реалити-шоу, телевизионные шоу талантов, докудраны и «докумыло», программы-инструкции или мастер-классы, программы-преображения и другие. Кроме того, с всевозрастающей активностью телевизионной аудитории, стремительным развитием технологий веб 2.0, расширением интерактивности телевидения и привлечением в телепроизводство пользовательского контента можно говорить о телевизионных жанрах 2.01, которые возникли в конце 2000-х годов. Среди них стали появляться и гибридные жанры 2.0, которые не имеют аналогов на телеэкране и свойственны только телевидению в интернете, а их появление обусловлено «объедине-

нием» возможностей интернета, нескольких интернет-жанров в рамках единого интернет-сервиса или платформы. К гибридным жанрам 2.0 можно отнести возникший в начале 2010-х годов стрим — первоначально это интернет-трансляция пользователем процесса прохождения им видеоигр, сейчас это может быть трансляция пользователем любого фрагмента своей жизни на собственном интернет-канале или хостинге. От реалити-шоу стрим отличается высоким уровнем персонализации (главный герой — пользователь) и конкретной тематической направленностью, которая остается неизменной и соответствует определенным интересам пользователя. Особое распространение гибридные жанры 2.0 сейчас получают в социальных сетях, в частности, на телевидении в социальных сетях.

Активные процессы развития жанров и околожанровых форм, их трансформации и диффузии затрудняют их систематизацию и классификацию. Так, анализируя игровую природу современного телевидения, С. Н. Ильченко добавляет к классической триаде жанров — группам жанров информационных, аналитических, художественно-публицистических — группу игровых телевизионных жанров, причина утверждения которых заключается в усилении позиции развлекательного сегмента на современном телевидении [2. С. 32]. Если учитывать новые возможности телевидения в интернете и появление гибридных жанров 2.0, можно выделить такую группу, как мультимедийные жанры. Это обусловлено тем, что в основе всех гибридных жанров, функционирующих в интернете, лежит использование разных мультимедийных элементов, функционирование которых требует использование разных технологических платформ. С другой стороны, выделение такой группы не совсем корректно, так как материалы, представленные гибридными жанрами, могут содержать как информацию, так и аналитику и публицистику. Следовательно, целесообразно включить новые и гибридные жанры в наиболее развернутую жанровую классификацию, которая была предложена Л.Е. Кройчиком и адаптирована Л.П. Шестеркиной и Т.Д. Николаевой в классификацию телевизионных жанров с учетом основных особенностей, специфики и современной практики телевещания [7. С. 73]. Данная система жанров телевизионной журналистики включает в себя следующие группы:

- оперативно-новостная (сообщение о событии): устное информационное сообщение и видеосообщение;
- оперативно-исследовательская (истолкование оперативных событий): телевизионное интервью, пресс-конференция, телерепортаж, телевизионный отчет;
- исследовательско-новостная (оценка фактов, анализ проблем недавно произошедших событий): комментарий, журналистское расследование;
- исследовательская (рациональный анализ фактов, представление системы рассуждений журналиста и героя): ток-шоу, обозрение, дискуссия, дебаты, беседа;
- исследовательско-образная (отражение психологизма личности, создание галереи образов): телевизионный очерк, эссе, телефельетон, телепамфлет.

Данная система включает в себя устоявшиеся, традиционные жанры и до сих пор не дополнена новыми жанрами и формами, возникшими в период с начала 1990-х годов. Причиной этого можно назвать несформированность новых жанров и околожанровых форм, их изменчивость и вариативность в зависимости от авторских задач. Однако вариативность свойственна и традиционным жанрам, когда работающие в них журналисты намеренно изменяют их, вносят свои уникальные черты, дополняют какими-то новыми характеристиками. Изменение, слияние, модификация, отмирание жанров является результатом творческого процесса, а также процессов исторических, культурных, социальных. Поэтому устойчивость жанров и их характеристик относительна.

На данный момент в контексте конвергенции СМИ, экономических тенденций телевизионного производства, использования в творческом процессе относительно сформировавшихся новых и гибридных жанров, а также с учетом современных стратегий потребления информации можно предложить следующий вариант обновления системы жанров телевизионной журналистики:

- оперативно-новостная: устное информационное сообщение, видеосюжет, мультимедийная заметка, лайф-видео с места событий, анимационная инфографика;
- оперативно-исследовательская: телевизионное интервью, пресс-конференция, телерепортаж, телевизионный отчет, реалити-шоу, стрим;
- исследовательско-новостная: комментарий, журналистское расследование, анимация;
- исследовательская: ток-шоу, обозрение, дискуссия, дебаты, беседа, анимационный лонгрид;
- исследовательско-образная: телевизионный документальный фильм, эссе, скетч-шоу (скетчком), документальная драма, мастер-класс, программа-преображение, телевизионный клуб, телевизионная игра.

Обновление системы телевизионных жанров позволяет отразить произошедшие с ней изменения и включить в нее новые жанры, околожанровые формы и гибридные жанры. Каждый из них имеет какие-либо относительно устойчивые характеристики, что делает возможным их утверждение в жанровой системе. Однако, учитывая изменчивость и непостоянство технологических, производственных, экономических, культурных, социальных, исторических условий, определяющих творческие процессы профессиональной работы тележурналистов, требуется постоянное и периодическое обновление жанровых классификаций для обеспечения их актуальности и практической ценности.

Итак, трансформации, происходящие на современном телевидении, влияют на обновление системы телевизионных жанров, которая происходит в условиях мультимедийности, устоявшейся форматизации контента, усиления его зрелищной составляющей, фрагментарности и нелинейности его восприятия телезрителями. Наиболее распространенные сегодня сценарии потребления информации, основанные на интерес-

ном и легком способе проведения досуга, приводят к не столько к диффузии жанров, сколько к диффузии форматов и жанровых элементов, свойственных современному производству контента, организованном по конвейерному принципу. Однако активное использование форматов не вытесняет жанры телевизионной журналистики, которые серьезно модифицируются под влиянием технологий и усиления роли потребителей. В этих условиях продолжает развиваться диффузия и гибридизация жанров, а также появляются гибридные жанры 2.0, создающиеся пользователями. Все это существенно изменяет профессиональную деятельность телевизионных журналистов, которым необходимо адаптироваться к постоянно изменяющимся медиаусловиям, быстро осваивать производство новых форматов и жанров и их распространение по разным каналам массовой коммуникации, а также взаимодействовать с потребителями, выполняя функции не только производителя информации, но и транслятора созданного этими потребителями контента.

Литература:

1. Барсукова О.В. Распространение жанров западного телевидения и их влияние на российские телеканалы / О.В. Барсукова // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. — 2011. №2 (33). — С. 353–362.
2. Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореферат дис. ... д-ра филол. наук / С.Н. Ильченко. — М., 2012. — 35 с.
3. Карякина К.А. Особенности журналистского и пользовательского контента в интернете: дис. ... к. филол. наук / К.А. Карякина. — М., 2011. — 170 с.
4. Veltman K. Edutainment, Technotainment and Culture / K. Veltman — URL: http://www.sumscorp.com/img/file/2004_Edutainment_Technotainment_and_Culture.pdf
5. Шестеркина Л.П. Современные подходы к формированию структуры жанров телерадиожурналистики / Л.П. Шестеркина — URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2115>
6. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении / Е.И. Горошко // Вестник Тверского государственного университета. — 2011. №3. — С. 11–21.
7. Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики: учеб. пособие / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 224 с.