

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ К.В. Анисимов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**ФОРМАТ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КАНАЛА О  
КУЛЬТУРЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «РОССИЯ-К»)**

Руководитель	_____	доцент, канд. философ. н.	К.А. Зорин
Выпускник	_____		А.Э. Винокурова
Нормоконтролер	_____	ст. преподаватель	О.В. Богуславская

Красноярск 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Формат телеканалов о культуре на современном телевидении .....	6
1.1 Составляющие формата телеканала и телепрограммы.....	6
1.2 Культурно-просветительское вещание сегодня.....	20
2 Анализ передач телеканала «Россия-Культура».....	25
2.1 Анализ формата разговорных передач (телеканал «Россия–Культура»)...	25
2.2 Отличительные черты телепрограмм на канале .....	43
Заключение .....	47
Список использованных источников .....	50
Приложение А Данные из Фонда «Общественное Мнение» – 1 .....	54
Приложение Б Данные из Фонда «Общественное Мнение» – 2.....	55

## ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена изучению формата телеканала о культуре на примере «Россия-К».

Одна из функций телевидения – пробуждение интереса общественности ко многим отраслям: истории, науке, медицине, культуре. Информационная картина мира, которую создают СМИ, определяет общественное мнение, способствует созданию общественного настроения, во многом предопределяющего поведение членов общества и социальных институтов [Лазутина, 2001]. Таким образом, руководство телеканалов о культуре отвечает за информирование и просвещение аудитории, так же, как и за развлекательную функцию его передач. Они создают свои программы с целью передачи знаний для привлечения большего количества зрителей – широкой публики. Другими словами, использование телевизионных средств массовой информации для популяризации культурных и научных тем. По данным фонда «Общественное мнение» на 29 апреля 2018 года, образовательная функция («расширение кругозора») телевизионных программ у аудитории стоит только после информационной и развлекательной (Приложение А). В связи с этим возникают проблемы выбора формата телеканала о культуре.

Если говорить об актуальности, то нужно сказать, что исследование культурно-просветительской тематики на современном российском телевидении является одним из главных направлений в изучении телевизионной журналистики. Изменения, возникшие на телевидении в постсоветском обществе, привели к появлению зрителей, не имеющих высокого уровня знаний о культуре, но в то же время появлению аудитории, которая видит недостаток в качественных и серьезных журналистских материалах. Это не может ни беспокоить, если рассматривать телевидение как средство воспитания и повышения культуры в обществе.

Вопрос о выборе аудитории возникает из-за резкой разницы между интересами широкой публики и специализированной. В целом, понимание

правильного значения таких программ зависит от предыдущих знаний человека, так называемого «бэкграунда». Не имея заинтересованности, массовая аудитория не может в полной мере оценить своеобразие содержания передач, посвященных культуре.

Однако в подавляющем большинстве случаев освещение телевидением тем культуры происходит через так называемые специализированные программы, которые считаются элитарными. Одним из недостатков является то, что эти программы устанавливают разделение между специалистами - информированным меньшинством и широкой аудиторией – неосведомленными. Многие программы создали идеи и способы сокращения этого пробела: подача информации в доступных и развлекательных форматах [Гегелова, 2010]. Отсюда возникает проблема выбора формата для телеканала о культуре.

Актуальность темы определила выбор объекта, предмет исследования и обусловила постановку его цели и задач.

В данной работе важно рассмотрение формата такого вида телеканала, в том числе нужно проанализировать сетку вещания, типологию передач и их функции.

Степень разработанности темы никогда не будет достаточной, пока существует необходимость в производстве контента телеканалов о культуре. Совершенствуются технологии, методы, появляются новые тенденции, поэтому телевизионная практика всегда будет опережать ее научный анализ. Тем не менее, анализ данного вопроса был осуществлен в различных теоретических трудах исследователей телевидения М.А. Воскресенской, Н.С. Гегеловой В.В. Егорова, Л.П. Марьиной, А.А. Тертычным, также зарубежными практиками Бао Лань, Ван де Блаком, Янгсук Сонгом и другими авторами.

Научная новизна работы заключается в системном анализе формата телеканала о культуре, а также во введении в научный дискурс нового теоретического материала, презентующего современную культурно-просветительскую журналистику, а также в систематизации теоретических работ последних лет по формату его информационно-познавательных

программ, как российских, так и зарубежных.

Объект исследования – телеканал как совокупность медиапродуктов.

Предмет исследования – формат телеканала о культуре на примере «Россия-Культура».

Основная цель исследования – рассмотреть формат телеканала о культуре на современном телевидении.

Гипотеза исследования состоит в том, что формат информационно-познавательных программ данного телеканала подходит для реализации культурно-просветительской функции телевидения.

В задачи исследования входит:

- рассмотреть работы современных исследователей о формате телеканалов о культуре;
- рассмотреть культурно-просветительскую функцию телевидения;
- проанализировать сетку вещания телеканала;
- провести анализ выпусков информационно-познавательных программ на телеканале о культуре.

Материал: выпуски программ телеканала «Россия – Культура».

Методы исследования: теоретический метод, метод типологизации, системный подход, сравнительный анализ. В работе автор использует следующие эмпирические методы: анализ выпусков информационно-аналитических телепрограмм.

Структура: введение, в котором обосновывается выбор темы, содержание, в котором осуществляется сам анализ, заключение, в котором сделан вывод, список использованных источников, приложения.

# **1 Формат телеканалов о культуре на современном телевидении**

## **1.1 Составляющие формата телеканала и телепрограммы**

Для определения понятия телеканала обратимся к работе Г.В. Лазутиной «Основы творческой деятельности журналиста». В ней исследователь утверждает, что телеканал – это вид массово-информационного потока или способ актуального существования массовой информации. Сами же массово-информационные потоки – это «продукты, тексты, то есть наполнение коммуникационных каналов». Автор выделяет несколько деятельностей при создании телепродукта: организаторскую – создание массовых информационных потоков; моделирования – создание средств для организации разных видов массовых информационных продуктов в единое целое; редактирования – стандартизация информации; собственно журналистское творчество – создание особого вида текстов [Лазутина, 2001]. В современной реальности чаще используется понятие «медиа-продукт», которое включает в себя не только журналистские материалы, но и продукты киноиндустрии, рекламу. Деятельностью медиа-организаций является отбор разного контента и создание из этого медиа-продуктов. Особенностью процесса создания медиа-продукта является стандартизация. Медиа-продукты – основные элементы, из которых строится структура вещания телеканала в соответствии с выбранным форматом.

Если обратиться к исследователям, изучающим понятие формата, то исследователь А.Н. Дедов в статье «О форматах телевизионных программ» пишет о том, что в широком смысле – это устоявшаяся, стандартизированная модель, которая предусматривает определённые характеристики изображения, текста, поведения его героев и автора в процессе создания. Автор выделяет базовые и комбинированные форматы. Комбинированные являются результатом сочетания базовых. В качестве базовых, по мнению автора, следует выделить три формата телепрограмм: разговор, шоу и сюжет. Это программы, которые

основаны на монологе или диалоге продолжительное время находящихся в кадре людей. К положительным свойствам он относит максимальные возможности для реализации двух ключевых эффектов телевизионной коммуникации: эффекта диалогичности и эффекта доверительности [Дедов, 2016, с. 14]. Данные критерии соответствуют изучаемым нами программам.

И.Н. Кемарская подчеркивает другую особенность формата. Она считает, что – «это система договоренностей со зрителем каждой конкретной программы, это то, что делает ее уникальной, не похожей на других и похожей в каждом выпуске на саму себя» [Кемарская, 2008, с. 86]. Стремление к переформатированию И.Н. Кемарская расценивает как проявление мутации жанров.

А.А. Новикова в работе «Гибридность как определяющий признак телевизионного формата» обозначает его главную особенность [Новикова, 2010]. Автор утверждает, что в любом телевизионном формате обязательно можно обнаружить элементы нескольких жанров, которые совмещены в единое целое. По ее мнению, формат – это гарант успешности проекта, но внутри схемы идет постоянный творческий поиск, он в отличие от жанра, находится в статичном состоянии очень недолгое время.

Если обратиться к другим исследователям, изучающим понятие формата, то З.И. Благова и Н.А. Морщагина утверждают, что изначально этот термин обозначал лишь количественные характеристики, а именно хронометраж передачи. Однако в связи с усиливающимся процессом дифференциации и специализации вещания в это понятие стали вкладывать не столько внешние, технические параметры, сколько концептуальные, смысловые свойства. В связи с увеличением количества телеканалов зрители стали все более требовательными, в ответ на это вещательные телерадиокомпании были вынуждены ориентироваться на свою аудиторию, а формат стал необходимым инструментом формирования стратегии развития [Благова, Морщагина, 2015]. В современных условиях формат вещания телеканала определяет выбор соответствующих телепрограмм (телеконтента).

Исследователи утверждают, что современное развлекательное телевидение больше ориентировано на показ ток-шоу, развлекательных программ и сериалов.

В понятие формата авторы включают и приемы программирования сетки вещания. Для удержания и формирования постоянной аудитории телеканалы используют различные стратегии («lead-in strategy»), которые предполагают размещение передач различными блоками – наиболее интересные передачи сменяются менее популярными, и так по кругу. Также, чтобы удержать зрителей у экранов, некоторые телеканалы используют так называемые «бесшовные» эфиры, при которых реклама и анонсы следующих передач транслируются внутри программ на нижней или боковой части экрана. В данной работе необходимо проанализировать, пользуется ли данными приемами телеканал о культуре.

Исследователь М.А. Мясникова утверждает, что формат передачи и формат телеканала нужно дифференцировать. Первое соотносится с понятием жанр. Считается, что жанр является компонентом формата телеканала и выражает его определенную концепцию. Автор утверждает, что современные телевизионные жанры образуются за счет форматных признаков. Они связаны с концепцией, или целостной программной политикой канала, в которую вписывается определенный жанровый набор: соответствующие данному формату стилевые характеристики и вся совокупность программ.

По мнению М.А. Мясниковой, конкретные характеристики формата включают в себя содержательные, адресные, стилистические и технологические элементы. К ним они также относят информационную насыщенность, темп и ритм монтажа, тип пространственной организации (интерьер / экстерьер), виды внутрикадрового движения (переход с плана на план). Таким образом, указанные характеристики не касаются содержания и определяют только форму, в которую можно вложить любой смысл. Исходя из этого формат – понятие не только формальное, но и смысловое и даже идейное. Его можно понимать и как идею (концепцию) передачи или целого канала, и как конкретное воплощение



этой идеи с помощью набора компонентов и с учетом затрат. Хотя сегодня в нем акцентируется именно формальная сторона, непременно закрепляемая в стандартных параметрах.

В некоторых случаях формат употребляется в значении стандарта организации контента. Исследователь подчеркивает, что стандарт в телеэфире правомерен и необходим. Получается, что если в жанре форма содержательна, то в формате она демонстрирует свою значимость и даже обособленность от содержания. А в качестве концепции вещания каналы придают передачам легко узнаваемую, привычную форму.

М.А. Мясникова подводит итог, говоря, что формат следует рассматривать как непостоянный набор компонентов, существующий в рамках определенной концепции вещания, а жанр – как смысловое единообразие [Мясникова, 2011].

Разграничивая понятия «жанр» и «формат», Г.В. Перипечина подчеркивает особенность второго: «Основное различие в содержании понятий «жанр» и «формат» мы видим в степени устойчивости присущих обозначаемым явлениям признаков: неизменных в жанре и вариативных в формате» [Перипечина, 2010]. Таким образом, вариантность – особенность формата.

Отделяет понятие формата телеканала от формата телепередачи и исследователь В. В. Падейский. Он определяет концепцию телепрограммы, как «творческий способ раскрытия любой проблематики, форма изложения реальных фактов» [Падейский, 2004, с. 110]. Концепция создается для конкретной передачи или цикла и тесно связана с определенным форматом. Автор утверждает, что формат с течением времени способен меняться, в то время как концепция программы может оставаться неизменной [Падейский, 2004, с. 111]. Значит, формат и концепцию передачи или цикла все же не следует отождествлять. Некоторые исследователи обозначают концепцию как «систему взглядов, то или иное понимание явлений действительности», а для отдельного произведения – как определяющий замысел. Значит, в понятии концепции преобладает именно смысловой элемент.

Смирнов В.В. также замечает, что не следует смешивать понятия формата и жанра. В работе «Формы вещания» он утверждает, что жанр более консервативен, в нем чаще меняется тематика. При этом его функции и методы, остаются неизменными [Смирнов, 2002, с. 10].

В другой своей работе «Жанровая и форматная динамика в программировании телеканала Культура» М.А. Мясникова анализирует сетку вещания телеканала. Она утверждает, что если вначале на телеканале присутствовало жанровое однообразие и преобладание архивных записей, то сегодня появляются новые форматы телепередач. Чтобы дифференцировать жанровый состав, исследователь выделила три группы – монолог, диалог, синтез.

По ее мнению, диалог эффективнее, чем монолог по воздействию на зрителя. Диалог предполагает плюрализм мнений, активизирует личность, заставляя ее вступать в спор, обсуждение, дискуссию. Диалог не может быть монотонным и ровным, как монолог, часто выдерживаемый в едином психологическом ключе. Телевизионный монолог становится эмоциональнее за счет «той самой скрытой диалогичности». С другой стороны исследователь замечает, что в диалогах на канале «Культура» сегодня все реже присутствуют дискуссии [Мясникова, 2015]. В этом проявляется сближение двух разных форм телевизионного общения. Как и монологи, диалоги все чаще служат раскрытию характеров героев.

Про формат телепрограмм в своей работе рассуждает А.А. Каширин. Он объясняет, что формат телевизионной программы определяется набором используемых в ее производстве жанров. Одной из черт современной медиасреды является феномен персонификации информации: все сообщения воспринимаются адресатом через личность журналиста, поэтому в сознании зрительской аудитории образ журналиста-ведущего ассоциируется с автором программы.

Исследователь предлагает анализировать образ журналиста-ведущего по следующим признакам: формат программы; графическое, цветовое и звуковое

оформление; экспозиция съемки; модель взаимодействия с аудиторией; информационные поводы; внешний вид журналиста; жесты, мимика, интонация, особенности дикции, громкость и тембр голоса журналиста; использование приемов коммуникативного воздействия; использование тропов и риторических фигур [Каширин, 2016].

А.Ю. Николаев, С.В. Гераськин и И.В. Борисов говорят, что восприятие аудиторией любого зрительного образа происходит следующим образом:

- 1 Как выстроен кадр (композиция);
- 2 Как выглядит ведущий (прическа, стиль);
- 3 Как ведет себя (поза, жесты, мимика);
- 4 Как говорит (интонация, тембр голоса и т.д.);
- 5 Что говорит [Борисов, Гераськин, Николаев, 1999, с. 169].

Телевидению присущ эффект «увеличительного стекла»: оно усиливает, например, харизматические или эмоционально-экспрессивные особенности телеведущего.

Феномену имиджа телеведущего посвящена работа О.А. Нуждиной. Автор считает, что выбор определенного внешнего имиджа телеведущего зависит от конкретных задач, которые он ставит перед собой, и от жанра его телепередачи [Нуждина, 2002, с. 36].

Исследователь В.В. Белобрагин связывает имидж ведущего с корпоративным имиджем канала в целом. В нем он выделяет следующие признаки

- 1 Название учреждения, которое отражает его род деятельности;
- 2 Общий фирменный стиль: единые цветовые и графические принципы в оформлении;
- 3 Имидж руководителя;
- 4 Имидж журналистов, например, наличие известных персон;
- 5 Внешний имидж коллектива: оформление студий и т.д.;
- 6 Деловая репутация.

Имидж телеканала включает в себя сложную и многоуровневую систему

подачи аудиовизуальной информации, различных методов влияния на аудиторию, стилистику и тематику программ, имидж ведущих, корреспондентов и других журналистов, работающих в эфире и для эфира, а также репутацию, рейтинг, стабильность, охват телевизионной аудитории и многое другое.

Также автор выделяет внешний и внутренний имидж. Под внешним имиджем он подразумевает весь аудиовизуальный ряд, в том числе и телевизионный дизайн, фирменное название.

Он включает: слоган (лаконичная формулировка рекламного лозунга телеканала); фирменный стиль (различные художественные решения); проспекты, буклеты, рекламные видеоролики и пр., дизайн оформления заставок, отбивок и др.; официальный сайт телеканала.

Во внутренний (структурный) имидж телеканала, по его мнению, входят следующие компоненты: материально-техническое и финансовое обеспечения; творческие подразделения (редакции, служба информации и др.); службы производства и записи программ (звукорежиссеры, звуко и телеоператоры, музыкальные редакторы и пр.); режиссерская, редакторская и продюсерская группы; рекламная служба; PR-служба [Белобрагин, 2018].

Исследователь О.Р. Лашук [Лашук, 2009] выделяет составляющие формата для телевизионных программ:

- 1 оформление студии;
- 2 особенности работы ведущего:
  - количество одновременно работающих ведущих;
  - требования к внешнему виду и стилю поведения и речи;
  - эмоциональная манера ведения передачи;
- 3 наличие и особенности звукового и видеосопровождения;
- 4 наличие приглашенных участников и требования к ним:
  - их количество;
  - параметры различия (пол, внешний вид, образование, социальное и семейное положение, сфера деятельности и т.п.);
  - размещение их в студии;

- степень свободы доступа к микрофону;
- наличие и распределение ролей;
- 5 наличие новостных блоков:
  - тематика;
  - количество и время их включений;
  - объем общий и каждого блока;
- 6 наличие рекламных блоков:
  - тематика;
  - жанр;
  - количество и время их включений;
  - объем общий и каждого блока.

Данные составляющие телевизионного жанра будут использованы нами в практической части работы.

Сам же формат телеканала исследователь характеризует, как допустимые форматы всего контента, из которого он состоит; продолжительность, ротация передач и общий график вещания; идентифицирующий логотип; перебивки между блоками контента.

Если несколько упорядочить и уточнить данный перечень, то понятием формат телеканала охватываются, по всей видимости, именно жанровый набор телеконтента; не только график, но и основной способ организации вещания, определяемый программной политикой телеканала, так сказать, «способ действий»; далее технические параметры; оформление канала и, безусловно, аудиторный вектор. О.Р. Лашук добавляет, что формат телеканала – это такой набор характеристик, который соответствует и технологическим, и экономическим, и юридическим требованиям, предъявляемым к медиапродуктам. «Если отказаться от термина формат, оставив только жанр, то это было бы крайне непродуктивно, что обусловлено двумя причинами: техническим развитием медиаиндустрии и экономическими требованиями к медиапродуктам – необходимостью такого их структурирования, которое дает нужные результаты (привлечение целевой аудитории, продаваемость, продажа

рекламы, влияние на сознание, мнение потребителей и т. п.). Кроме того, использование термина формат позволяет упорядочить формулировки законов, регулирующих деятельность СМИ; в частности, при оформлении лицензий на деятельность, связанную с медиапроизводством, во многих странах требуется указать формат СМИ» [Лашук, 2009].

Одна из составляющих формата – жанр. Если обратиться к исследователям, изучающим жанр, то Г.В. Кузнецов, анализируя сетку вещания телеканала «Культура», выделил следующую классификацию телевизионных программ: специализированная новостная программа (касающаяся только культурной составляющей), информационно-аналитические, публицистические, познавательно-развлекательные программы, художественные кинофильмы и сериалы [Кузнецов, 2000].

Исследователи В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, Г.В. Кузнецов в своей работе «Телевизионная журналистика» выделили собственную классификацию жанров для телепрограмм. Обозначим несколько, которые являются актуальными для данной работы.

Дискуссия. Борьба мнений включает зрителей в процесс обсуждения, тем самым активизирует их интеллектуальную деятельность. Участников (оппонентов) часто рассаживают за разные столы, расстояние между которыми заставляет их говорить громче, темпераментнее. Ведущий является модератором, следит за тем, чтобы все могли выразить свою точку зрения, в данном случае он выступает и как представитель интересов аудитории, и как посредник между ней и экспертами.

Ток-шоу. Объединяет в себе признаки нескольких жанров: интервью, дискуссии, игры. Акцент в нем делается на личность ведущего - это максимально персонифицированная экранная форма. Существенным для ток-шоу также являются и внешние компоненты: определенное место и строго соблюдаемая цикличность, которая нацелена на возбуждение в сознании массового зрителя состояния «нетерпеливого ожидания встречи». Еще одним важным фактором ток-шоу является наличие гостей (героев) — людей,

знаменитых или просто интересными своими поступками и мыслями.

Также в ток-шоу обязательно присутствие в студии нескольких десятков зрителей и наличие компетентных экспертов. Эмоциональная составляющая зрителей в студии существенно для этого жанра, так как она еще больше вовлекает телезрителей (аплодисментами, смехом, возгласами негодования и удивления). Исследователь Н.Е. Кондратьева выделяет другие особенности этого жанра. В стандартном ток-шоу зрителю показывают то, что его проблема касается и других людей, которые находятся в подобных ситуациях. В программу приглашаются обычные люди и эксперты, которые готовы поделиться своим жизненным опытом и мыслями. В культурных ток-шоу обсуждаются социально-значимые проблемы.

Предполагается, что в каждой передаче будет предложено решение поставленного вопроса. Через обсуждение тем культуры жанр ток-шоу также может раскрывать такие понятные человеку философские темы любви и ненависти, власти и денег, победы и поражения, жизни и смерти.

Автор подчеркивает уникальную роль ведущего. Как правило, это известный «медийный» человек, индивидуальный стиль которого во многом определяет имидж программы. От него зависит драматургия шоу — психологическая атмосфера, нагнетание и разрядка обстановки, контроль эмоций аудитории. Он определяет границы, в которых проходит полилог: будет ли это доверительный разговор, провокативное шоу или интеллектуальная дискуссия, которая присуща телеканалу, анализируемому в нашей работе [Кондратьева, 2008, с. 6].

Интервью. Представляет собой разговор журналиста с социально значимой личностью. Источником информации в интервью становится уже не только речь с ее риторикой, интонационной, эмоциональной окраской, но и невербальные признаки, включая мимику, жесты, поведение собеседников, а также и антураж (интерьер помещения, ландшафт, окружающие люди и пр.). Именно зрелищностью объясняется особая достоверность этого жанра и его широкое распространение в телепрограммах.

Очерк. Наиболее распространенная разновидность - портретный, в котором автор прослеживает обстоятельства жизни своего героя, обнаруживает мотивы поступков, пытается понять глубинные личностные свойства характера. Здесь могут использоваться самые различные методы и приемы: длительное наблюдение, портретное интервью, «скрытая камера», архивные кадры.

Другой вид - путевой очерк. Он использует репортажный метод съемки, однако с его помощью решаются иные, чем в репортаже, задачи: события и факты не просто фиксируются, но осмысливаются под углом зрения автора, оцениваются, трактуются в свете его идейно-художественной позиции. И текст строится на образных сравнениях, насыщен познавательными элементами, содержит индивидуальные оценки, ведущие к глубоким обобщениям [Цвик, Юровский, Кузнецов, 2002].

Исследователь Э.В. Гмызина утверждает, что главной особенностью портретного очерка является преобладание образности над информативностью. Жанр не обладает определенным событийным поводом, упор делается на профессиональную операторскую работу. Говоря об операторской работе, исследователь А.А. Новикова отмечает, что телевидение использует актерский способ воспроизведения жизни [Новикова, 2008, с.52]. Однако с самого начала одной из отличительных особенностей телевидения стала способность показывать человека крупным планом, предоставляя ему неограниченные возможности для самораскрытия. Не случайно А. Эфрос определял телевидение как «кино крупного плана» [Эфрос, 1982, с. 86].

Автор также говорит о важности закадрового текста, в котором журналист должен стараться использовать разнообразные образные средства языка [Гмызина, 2017].

Также автор выделяет такой жанр как портретное интервью, обращая внимание на его главную особенность - диалогичность общения. Ведущий не просто принимает участие в разговоре, поддерживая его, но и модерирует беседу, предоставляя собеседнику возможность высказаться. Для поддержания интереса к программе возможно использование иконографического материала



(фотографий, видеозаписей). О значительной роли вставок говорил К. Э. Разлогов, обращая внимание на многослойность и фрагментарность не только телепрограммы в целом, но и отдельных ее компонентов. Исследователь рассуждает о видах размывания границ в замкнутой экранной структуре, которая является важной составляющей программы. «Глубина экранных структур, позволяющая сочетать несколько разнопорядковых семантических, композиционных, контекстуальных пластов в одном произведении, и разнохарактерность его внутренних элементов и внешних связей в “мозаике” аудиовизуального ряда» [Разлогов, 1982, с. 145].

Далее Э.В. Гмызина пишет об умении журналиста создавать непринужденную атмосферу во время портретного интервью. Его смысловой единицей автор называет реплику. Связанность реплик образует диалогическое единство, которое выражается в формуле: вопрос – ответ. Таким образом, портретное интервью исследователь представляет как диалог, цель которого раскрыть индивидуальности интервьюируемого, а также создания в процессе диалога его образа для зрителя.

Э.В. Гмызина отмечает, что портретное интервью близко к жанрам художественной публицистики. Их отличия заключаются в том, что телевизионный портрет концентрируется на одном герое, который проявил себя в какой-либо сфере общественной и культурной жизни, а также привлек внимание широкой аудитории [Гмызина, 2017]. Таким образом, в данном жанре ведущий является не только посредником в передаче информации, а выступает еще и буквально на равных со своим собеседником в процессе совместного творчества, которое трансформируется в структурированный материал портретного интервью.

Жанр альманаха также является релевантным для нашей работы. Исследователь М.Н. Морозова определяет его как сборник литературно-художественных или научно-популярных произведений, объединённых по какому-либо признаку (тематическому, жанровому, идейно-художественному и т. п.). К основным особенностям альманаха относятся следующие признаки:

объединение по какой-то тематике; содержание сведений из разных сфер; свободная периодичность; одинаковая обрамляющая часть; преобладание материалов литературно-художественного, исторического и публицистического характера [Морозова, 2017].

Одним из значимых жанров для нашей работы является жанр беседы. По мнению А.А. Тертычного, именно в нем журналист-собеседник является равноправным участником диалога, наряду со своими партнерами по коммуникативному акту. Он говорит о том, что в беседе происходит равноправный обмен равнозначными репликами, суждениями, размышлениями. Таким образом, журналист-собеседник получает гораздо больше многосторонней информации из беседы, что является особенно важным для формата информационно-познавательной программы. Это позволяет зрителю проанализировать и глубже понять тему.

Также исследователь выделяет шесть факторов успешной беседы: 1) Компетентность собеседников. Жанр беседы требует высокой компетенции в обсуждаемом вопросе как лиц, участвующих в разговоре, так и самого журналиста. Актуальность темы. Именно благодаря ей беседа может привлечь внимание аудитории. Обсуждаемая тема должна быть связана с наиболее неудовлетворенными потребностями и интересами зрителей. Ясность цели. Четкость стратегии. Построение модели беседы, которая приведет к достижению цели. Гибкость тактики. Ведущий должен знать особенности собеседников. Логическая стройность. Журналист не должен отступать от предмета обсуждения, как и собеседники [Тертычный, 2000, с. 57]. Таким образом, на основе данных критериев мы будем анализировать информационно-познавательную программу на федеральном канале.

Д.В. Карпова в своей статье «Использование коммуникативных особенностей жанра беседы на современном российском телеэкране» пишет, что тема беседы должна быть актуальной, охватывать современные процессы, отвечать интересам общества. Она отмечает, что беседа не должна перерастать в дискуссию и дебаты, потому что тогда каждый собеседник останется при

своей точке зрения. А в случае беседы главная цель – решение вопроса [Карпова, 2017, с. 40].

В своей монографии «Технология и методика журналистского творчества» Г.В. Лазутина пишет о главной задаче журналиста в беседе – добыче сведений. Она перечисляет, что нужно получить: фактические данные, мнения, объяснения, предположения и прогнозы. Также, она выделяет важный аспект беседы – разработку журналистом тактики: «сознательный выбор тех средств общения, которые оказываются в данных условиях наиболее целесообразными и способны наилучшим образом обеспечить решение стоящих перед журналистом задач» [Лазутина, 1988, с. 51].

Е.А. Шабалина в работе «Телевизионное ток-шоу: жанр, структура, тенденции развития (на примере телепередачи «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым)» отмечает еще одну особенность телевизионных программ в жанре беседы: использование коротких сюжетов, фотодокументов [Шабалина, 2016, с. 14]. Таким образом, это вносит наглядный элемент в передачу, что особенно важно для формата информационно-познавательных программ.

Для полного анализа программы нам необходимо определить функции ведущего в программах подобного вида. Так, исследователь Н. А. Захарченко в своей статье «Особенности функционирования современного публичного медиадискурса» выделяет следующие критерии: роль информатора; интересного собеседника; «воспитателя», наставника масс; функция заступника, избавителя от бед; модератора общения; исполнение роли эксперта в какой-либо узкой сфере деятельности; наконец, служить провокатором и т.п. [Захарченко, 2014, с. 375]. Исходя из этих определений, мы попытаемся определить функции ведущих в программах телеканала «Культура».

И.Н. Казакова в диссертации «Репрезентация стратегической модели автора в дискурсе телепередачи (на материале передачи «Наблюдатель» телеканала «Россия – Культура»)» говорит о том, что передача «Наблюдатель», обладает образцовым качеством телевизионного контента. Она относится к жанру беседы, отличительными чертами которой являются отсутствие жесткого

сценария, политематичность, полифоничность в обсуждении тем. Исследователь утверждает, что роль журналиста метафорически определена уже в названии. По ее мнению, ведущий является активным наблюдателем, фокусирует внимание аудитории на важных смыслах, актуальных проблемах и авторитетных мнениях.

Она выделяет несколько этапов в программе. В начальной части передачи устанавливается контакт телеведущего с собеседниками и аудиторией. Ведущий выполняет целый ряд задач: вводит тему, контролирует процесс ее обсуждения, следит за правильностью понимания сказанного собеседником, осуществляет переход к новому вопросу, поддерживая при этом интерес телеаудитории. Задача журналиста в заключительной части передачи состоит в том, чтобы подвести итоги беседы, кратко и содержательно сформулировать главный вывод, соотнести его со своей позицией, поделиться собственными оценками с телезрителями для того, чтобы в конечном итоге сформировать устойчивый интерес к передаче в целом. Подчеркивается, особенность программы: двунаправленная коммуникация. С одной стороны, автор ведет беседу с гостями в студии (межличностная коммуникация), а с другой стороны, выстраивает драматургию, рассчитанную на восприятие ее телезрителем в условиях массовой коммуникации. Специфику массовой коммуникации определяет отсутствие прямого контакта с аудиторией [Казакова, 2017].

Таким образом, мы разграничили понятия формата телеканала и телепрограммы. Определили жанры, необходимые для данной работы. Выделили главные факторы успеха, задачи и функции ведущего. Во втором параграфе работы мы проанализируем, каким образом формат телеканала о культуре соотносится с культурно-просветительской функцией телевидения.

## **1.2 Культурно-просветительское вещание сегодня**

Н.С. Гегелева утверждает, что телевидение призвано повышать культурный уровень людей. Функций у телевидения несколько:

информирование, воспитание, просвещение, образование, развлечение. Все эти функции телевидение реализует в своих передачах, оно влияет на общую культуру зрителя, хотя телевизионные культурные программы, включая их профессиональный уровень, содержание, организацию и формы, не всегда отвечают потребностям аудитории. Она считает, что для исправления ситуации им нужно повышать уровень освещения культурной тематики.

В этом ключе автор выделяет телеканал «Россия-К». Благодаря этому каналу та немногочисленная аудитория, которая устала смотреть развлекательные шоу, может приобщаться к культурному наследию, новостям культурной жизни и классическому искусству. Его деятельность повышает интеллектуальный и духовный уровень населения.

В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, Г.В. Кузнецов в своей работе «Телевизионная журналистика» говорят о культурно-просветительской функции телевидения [Цвик, Юровский, Кузнецов, 2002]. Именно оно, по их мнению, приобщает зрителей к ценностям культуры. Использование образных возможностей экрана в передачах культурно-просветительского направления есть важнейший признак профессионализма. Показ произведений искусства с комментариями писателей, музыкантов, художников, искусствоведов строится, как и всякая передача, по законам драматургии и гармонии. Особенностью культурно-просветительских программ является элемент нравоучения. Важно сделать его ненавязчивым, деликатным.

Главные темы программ на телеканале «Россия-К» связаны с культурой. Таким образом, для дальнейшего анализа нам необходимо определить значение культурно-просветительской функции телевизионных программ. Этому вопросу уделили немало внимания зарубежные и российские исследователи и практики журналистики.

Исследователь М.А. Воскресенская рассматривает вопрос о культурно-просветительской деятельности в средствах массовой информации. Она говорит, что одной из ведущих функций журналистики является распространение культурной информации, приобщение широких масс к

достижениям культуры, сохранение духовных ценностей и представлений. При этом журналистика, специализирующаяся на культурной проблематике, не может ограничиваться простым информированием аудитории о культурных событиях. В ее задачи входит анализ социокультурного состояния общества и определение специфики его культурного сознания.

Процессы, протекающие в политике, экономике и социальной сфере, в значительной мере определяются культурными факторами, присущими обществу с ценностными приоритетами, духовно-нравственными ориентирами, особенностями менталитета. Журналистский профессионализм включает в себя способность грамотно разбираться в этих сложных социокультурных вопросах. По мнению автора, журналист должен уметь не только описывать внешние результаты культурной деятельности, но и выявлять культурные механизмы развития общества. Ему необходимо владеть навыками анализа общественных процессов и явлений, в том числе в сфере культуры, что подразумевает прикладное применение в журналистике современных научно-теоретических подходов и практических методов исследования социокультурной проблематики [Воскресенская, 2016].

Исследователь Янгсук Сонг анализирует проблемы, с которыми сталкиваются информационно-познавательные передачи. Во-первых, он утверждает, что на мировом телевидении свое место они уступили более популярным жанрам, например, развлекательным и драматическим программам. Во-вторых, произошли изменения в сетке программирования. Время их вещания перенеслось на ночные часы и на будние дни в утреннее время. Автор считает, что, хотя программы об искусстве и культуре важны для поддержания общественных ценностей, они были изолированы в высоко конкурентной среде СМИ, где рейтинг решает всё. Таким образом, они столкнулись с проблемой снижения качества продукции, низкими показателями просмотров и слабым программированием. Он приходит к выводу, что несмотря на распространение новых медиа, сам контент телевидения и его рычаги по-прежнему остаются очень важными на рынке, потому что создание

убедительного и оригинального художественного содержания, по-прежнему принадлежит прежде всего вещательным компаниям [Янгсук Сонг, 2013]. Данный вывод подтверждает актуальность исследования информационно-познавательных программ.

Так, исследователь Ван ден Блак говорит о том, что культура имеет наивысшую символическую ценность и играет ведущую роль в культурно-образовательной миссии общественного телевидения, которая способствует развитию национальной идентичности и гражданской морали [Ван ден Блак, 2001, 53]. Это позволяет говорить о важности информационно-познавательных программ для общества.

Исследователь Бао Лань в работе «Культурно-просветительская деятельность в СМИ Китая» утверждает, что для лучшего достижения цели распространения культуры самым полезным и эффективным способом являются современные СМИ. Автор считает, что по этой причине, культурно-просветительская деятельность с помощью СМИ может быть направлена на создание условий для достижения целей и выполнения задач культурного образования [Бао Лань, 2016, с. 121].

Если обратиться к российским практикам, то можно сказать, что исследование программ о культуре на отечественном телевидении, представляется сегодня актуальным.

По мнению Л.П. Марьиной, СМИ представляют собой канал трансляции ценностей и смыслов массовой культуры, стереотипы которой, благодаря им, получают широкое распространение в социокультурном пространстве: «Духовные ценности, создаваемые современными СМИ, – продукт культурной среды и одновременно её преобразователь, который трансформирует ценностный потенциал социальной системы». Автор показывает важную роль СМИ по отношению к культурной среде и подчеркивает ее важную функцию [Марьина, 2013, с. 73].

Другой российский исследователь В.В. Егоров также выделяет проблемы в этой области телевидения: «Власть могла бы употребить свой авторитет на то,

чтобы сделать действенной государственную информационную политику, способствовать преодолению опасных тенденций в развитии отечественного телевидения, которое разными способами выбивается из сферы культуры и становится все больше областью добывания денег» [Егоров, 1999, с. 20]. Таким образом, автор отмечает коммерческую составляющую телевидения. Он утверждает, что донесение новостей культуры и науки до аудитории стало не таким важным аспектом для существующих программ, в отличие от задачи получения прибыли.

Российский исследователь Н.С. Гегелова в работе «Культурная миссия российского телевидения» утверждает, что каждый телевизионный проект просчитывается только с точки зрения получения прибыли. По мнению автора, в нынешних условиях на телевидении все решает рейтинг, поэтому создатели программ уделяют большую часть внимания развлекательному направлению. Она, как и зарубежные исследователи, чьи точки зрения мы рассмотрели выше, делает акцент на том, что развлекательные программы стали обязательными в сетке любого канала, потеснив собою программы с культурно-просветительской тематикой. Автор делает вывод о том, что телевидение нуждается сегодня в переформатировании аспектов культурно-просветительской деятельности, также, в обновлении в сторону популяризации культуры, таким образом, формируя культурное пространство и пропагандируя моральные и духовные ценности. Телевидение, посредством высокопрофессиональных телепрограмм, сможет эффективнее выполнять свою культурно-просветительскую миссию в обществе [Гегелова, 2010, с. 103].

В противовес этой точки зрения исследователь И.Ю. Лапина утверждает, что информационно-познавательные передачи могут рассказать аудитории не только о чём-то новом, но и открыть новое об уже известном. Задача таких программ – «развлекая обучай» [Лапина, 2007].

Таким образом, проанализировав современные исследования по культурно-просветительской функции телевидения, можно сделать вывод о том, что данный аспект нуждается в изменениях. Для того, чтобы программы с



данной тематикой оставались популярны, нужно найти формат телеканала, который сделает его передачи востребованными у аудитории.

## **2 Анализ передач телеканала «Россия-Культура»**

### **2.1 Анализ формата разговорных передач (телеканал «Россия–Культура»)**

Мы обозначим особенности формата для программ на телеканале, основываясь на критериях, выделенных исследователем О.Р. Лащук [Лащук, 2009]:

1 оформление студии;

2 особенности работы ведущего:

– количество одновременно работающих ведущих;

– требования к внешнему виду и стилю поведения и речи;

– эмоциональная манера ведения передачи;

3 наличие и особенности звукового и видеосопровождения;

4 наличие приглашенных участников и требования к ним:

– их количество;

– параметры различия (пол, внешний вид, образование, социальное и семейное положение, сфера деятельности и т.п.);

– размещение их в студии;

– степень свободы доступа к микрофону;

– наличие и распределение ролей;

5 наличие новостных блоков:

– тематика; количество и время их включений;

– объем общий и каждого блока;

6 наличие рекламных блоков:

– тематика;

– жанр;

- количество и время их включений;
- объем общих и каждого блока.

Автор также указывает в своей концепции такой критерий как наличие рекламных блоков. На телеканале «Россия-Культура» рекламные блоки отсутствуют, они идут только между передачами и состоят из рекламы собственной телепродукции.

Нами были проанализированы программы телеканала, регулярно выходящие в эфир. Большинство программ начало выходить в эфир более двух лет назад.

#### «2 Верник 2»

Программа представляет собой разговор с известными актерами. Ведущие задают вопросы, связанные с карьерой пришедших гостей.

Программа относится к жанру беседы. Хронометраж передачи варьируется от 35 минут до одного часа. Периодичность выхода: раз в неделю, в субботу.

Ведут передачу два брата. Вадим Верник – популярный журналист и Игорь Верник – ведущий актёр МХТ им. Чехова.

Дизайн: пустая комната с окнами, выходящими на соседнее здание, и паркетным покрытием пола, кирпичными стенами. В отличие от других студий здесь создается впечатление жилищного пространства. Ведущие и гости сидят на стульях. Сине-оранжевые блоки стоят по студии, камера часто наезжает на них. Несколько блоков сделаны в виде цифры «2» и отражают название программы.

Структура: программа начинается с заставки, со звучанием рок музыки, где зрителю представляют главных ведущих. За ней следует диалог братьев, где они подводят к разговору с гостем. Основная часть передачи состоит из беседы ведущих и гостей, которая прерывается видеовставками. В конце гость расписывается на большом блоке в виде цифры «2», оставляя жизненный совет или отсылку к двум братьям ведущим. Иногда вся передача посвящена одному гостю. Но чаще она делится на две части, где сначала ведущие беседуют с

одним гостем, а затем после подводящего диалога – со вторым.

По ходу разговора музыкального сопровождения нет, но есть видеовставки: фрагменты из фильмов и театральных постановок, с участием гостей, записанные интервью и цитаты (часто фрагменты из передачи Вадима Верника «Кто там...»), с целью сравнить, каким гость был в начале своей карьеры, и что он представляет сейчас).

Оба ведущих одеты в строгие костюмы. Часто оба знают гостя и общаются с ним в неофициальном тоне. Вадима Верник больше задает вопросы, Игорь чаще проявляет спонтанность, комментируя что-то, исходя из собственного опыта и эмоций.

В передачу к Верникам приходят один или два гостя: деятели кино и театра, как знаменитые актеры, актрисы и режиссеры, так и молодые таланты; Приглашенные участники всегда сидят напротив ведущих;

Иногда сам гость может задавать вопросы ведущим. Игорь может строить диалог, вспоминая моменты из их совместной работы с гостем. Вадим действует как интервьюер и часто задает тон и тему беседы, а Игорь выполняет функцию собеседника, он больше знает гостей и дополняет диалог воспоминаниями.

Операторская работа: крупный план каждого, общий план сбоку и сверху, средний план гостя или двоих ведущих.

«Белая студия»

Передача представляет собой разговор с известными людьми на тему произведений или личностей, которые оказали на них влияние. Это могут быть книги, музыка, фильмы или педагоги.

Программа относится к жанру беседы. Хронометраж передачи варьируется от 38 минут до 43. Периодичность выхода: раз в неделю в воскресенье. Ведущая Дарья Златопольская.

Дизайн: В студии нет предметов интерьера, кроме двух белых стульев, на которых сидят ведущая и участник, они располагаются напротив друг друга. Под стульями зеркальный пол, который подчеркивает белизну оформления студии.

Структура: программа начинается с заставки, белые кубы складываются вместе и создают название программы, портреты известных людей всех времен, закадровый мужской голос: «Что читали и смотрели те, кого сегодня читаем и смотрим мы?». Эта фраза характеризует цель передачи: узнать, как творчески развивались гости. Далее следует краткая справка о герое программы.

Разговор ведущего и героя прерывается вставками фрагментов из фильмов, про которые рассказывает герой, а также из фильмов или спектаклей с его участием.

Ведущая одета в вечернее платье, герой одет в повседневную одежду.

Герои: актеры, режиссеры, писатели, деятели культуры. Всегда один гость на один выпуск; Стоит отметить гендерный признак программы: в «Белую студию» приходят только мужчины. Если приходит гость иностранец, то ведущая говорит с ним на английском, озвучивая потом свои слова по-русски.

Операторская работа: общий план с пустой комнатой слева или справа, средний и крупный план каждого.

«Игра в бисер»

Программа о произведениях мировой и российской литературы.

Программа относится к жанру ток-шоу. Хронометраж передачи 39 минут. Периодичность выхода: раз в неделю в четверг. Ведущий: Игорь Волгин.

Дизайн: ведущий сидит по центру круглого стола, вокруг располагаются гости, плетеные темные кресла, сзади расположены, черно-голубые стены.

Заставка (перекатывающиеся разноцветные шарики, которые образуют название программы). В начале программы ведущий зачитывает начальные строки из произведения, представляет гостей, задает вопрос и обращается к одному из гостей, затем отвечает другой гость. На протяжении программы происходит обсуждение произведения или творчества автора в целом. Задача ведущего: четко соблюдать план обсуждения, следить за тем, чтобы высказался каждый эксперт. В конце программы ведущий зачитывает последние строки произведения.

В студию приглашаются эксперты: литераторы, писатели, филологи,

философы, критики, актеры и режиссеры.

От 3-х до 4-х человек.

Операторская работа: общий план сбоку, сверху, средний и крупный план ведущего и гостей.

«Культ кино»

В программе происходит обсуждение классических и современных артхаусных фильмов.

Относится к жанру интервью. Хронометраж передачи: 15 минут. Периодичность выхода: раз в неделю по пятницам. Ведущий: Кирилл Разлогов.

Дизайн студии: на фоне героев стоят сложенные друг на друга бобины с киноплёнкой. Свет в студии полутемный, сзади также видны слабые теплые лампы. На белой стене на фоне проектор показывает кадры из фильмов, о которых идет речь.

Структура программы: заставка (звуки пианино, оранжевые буквы складываются в название программы). С героями ведущий ведет себя по-дружески, со многими давно знаком. По ходу передачи появляются вставки из фильмов, о которых говорят герои (через каждые две минуты). В студии всегда один гость и ведущий. Располагаются друг напротив друга. Если гость был вовлечен в создание фильма (режиссер или актер), то ведущий спрашивает о воспоминаниях о съемках, про карьеру в целом. Если приходит киновед, то они разговаривают про другие картины режиссера и про его влияние на кинематограф. В конце ведущий желает приятного просмотра фильма, о котором велась речь в передаче. После программы начинается это фильм.

Ведущий всегда одет в неофициальном стиле.

Операторская работа: средний план ведущего и гостя, общий план студии.

«Власть факта»

В программе происходит обсуждение исторических явлений, которые повлияли на российскую или мировую историю, а также на современные политические процессы.

Программа в жанре аналитической беседы. Хронометраж 39 минут.

Периодичность выхода: раз в неделю по понедельникам. Ведущий: Михаил Ремизов

Дизайн: студия оформлена в египетском стиле в желто-оранжевых тонах, стол в виде лежащей карты, на стенах надписи на латинском языке и египетские иероглифы.

Структура программы: в начале заставка в оранжевом цвете под цвет студии с быстрой музыкой и двигающейся надписью с названием программы, после этого ведущий, стоя перед камерой, обозначает вопрос передачи, цитируя какие-то источники или давая краткую справку. Затем появляется фрагмент с обширной справкой. Когда происходит возвращение в студию, ведущий уже сидит за столом вместе с гостями, затем он их представляет. В главе стола располагается ведущий, по бокам напротив друг друга сидят гости. Во время обсуждения показываются фрагменты видео или фото с обширной исторической справкой Сухая подачи информации, безэмоциональная. Ведущий поочередно задает гостям вопросы, именно он определяет, кто будет отвечать, чаще всего сами гости не начинают говорить, пока к ним не обратятся. Таким образом, ведущий выступает модератором диалогов. В конце передачи ведущий делает краткий вывод всей беседы и прощается с телезрителями.

Эксперты: В студию приглашаются два эксперта обсуждаемой проблемы: профессора, преподаватели вузов, историки, политологи.

Операторская работа: общий план студии, средний и крупный планы ведущего и гостей. Иногда операторы находят необычные кадры, снимая программу из-за декораций или с разных ракурсов.

«Главная роль»

Программа представляет разговор ведущего и гостя. На протяжении пятнадцати минут ведущий пытается узнать о жизни героя, о волнующих его проблемах.

Программа в жанре интервью. Хронометраж: 15 минут. Периодичность выхода: с понедельника по четверг. Ведущий: Юлиан Макаров.

Дизайн: студия в серо-голубых тонах, по центру стоит большой черный

стол, часть стола круглая, другая часть в виде длинного прямоугольника (форма скрипичного ключа). Черные кожаные кресла. Зеркало, в котором отражается ведущий.

Структура программы: заставка сопровождается классической музыкой, сразу в начале и в конце показывается генеральный спонсор программы «ВТБ» банк, заставка в серо-голубых тонах под цвет студии, мелькающие буквы, среди которых ходит ведущий передачи. Начинается программа, когда ведущий уже сидит за столом со своим гостем. Он приветствует телезрителей и представляет гостя. Несмотря на упоминание разных ролей и спектаклей, вставки фото или видео отсутствуют. В студии всегда один гость. Разговор протекает спокойно. Перед ведущим располагаются листы с вопросами. Ведущий одет в строгий костюм.

Гости: актеры, режиссеры, музыканты, оперные певцы.

Операторская работа: из-за короткого хронометража поочередно сменяются общий, крупный и детальный планы.

«Черные дыры. Белые пятна»

Программа о современных научных открытиях.

Жанр: альманах. Хронометраж: 39 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по четвергам. Ведущий отсутствует.

Структура программы. Студия и ведущий отсутствуют. Заставка представляет собой графику, на которой белым цветом заполняются три черных пятна. Эта графика повторяется перед каждым сюжетом, обозначая рубрику.

Программа разделена на две части и представляет собой подборку сюжетов, которые разделены на рубрики: шпигель в начале и середине (анонс сюжетов); «Образ мысли»; «Дело техники»; «Коллекция уникальных кадров» два раза; «Сенсации по четвергам»; «Актуальное интервью»; «Озарение и открытие»; «Есть что сказать»; «Тайна жизни растений»; Рубрики сохраняются одни и те же, меняется только их очередность.

В сюжетах журналисты только читают закадровый текст. В каждом сюжете появляются эксперты – герои сюжета, которые рассказывают о теме.

Помимо него могут появляться и другие эксперты с короткими комментариями.

#### Новости «Культуры»

Жанр: новости. Хронометраж обычно 15 минут. Периодичность выхода: с понедельника по пятницу. Ведущие: Михаил Зеленский, Татьяна Цыпляева, Лада Аристархова, Елена Пахомова, Анастасия Изюмская, Егор Бедуля.

Дизайн студии: студия оформлена в яркие цвета, круглый стол с геометрическим дизайном, сзади ведущего прозрачное стекло с комнатным растением.

Структура программы: заставка (быстрая музыка, складывающиеся буквы «новости», слова в столбик «культура, кино, опера, искусство» и т.д.). Указывается генеральный спонсор «ВТБ». В начале программы шпигель с анонсами сюжетов. Сюжеты касаются театральных премий, показов новых фильмов, открытия выставок и т.д. В конце анонс программы «Наблюдатель», которая продолжает эфир после новостей, с указанием темы программы и гостей.

#### «Наблюдатель»

Программа представляет собой разговор о событиях в культурной, научной и общественной сферах общества.

Жанр: беседа. Хронометраж: 55 минут.

Отличительным признаком передачи является то, что каждый выпуск ведет один из пяти ведущих: Андрей Максимов, Фекла Толстая, Алекс Дубас, Евгений Григорьев, Алексей Юдин. Еще одной особенностью программы «Наблюдатель» является также то, что она выходит четыре дня в неделю с понедельника по четверг в утреннем эфире телеканала «Россия-Культура». Другие передачи (кроме «Новостей культуры») выходят только один раз в неделю,

Оформление студии: стены синего, зеленого и белого цвета, отделены друг от друга, стоят в разных положениях; стол треугольной формы (на двух сторонах сидят гости, на одной – ведущий), рисунок на столе визуально делит всех гостей и ведущего на несколько отдельных частей; деревянные,



крутящиеся стулья; рисунок на полу повторяет форму стола; граненые стаканы зеленого цвета.

Структура: заставка (оформлена в тонах студии, складываются в название программы). Ведущий в начале обозначает тему программы. Для каждой программы авторы выбирают актуальную тему, которую в студии обсуждают известные деятели культуры и науки. Ведущие по-разному ведут себя в выпусках, гости могут и серьезно обсуждать тему выпуска и одновременно шутить, ведущий является модератором беседы. Также все гости являются компетентными лицами в обсуждении вопросов, они имеют определенный опыт, который позволяет им быть экспертом в программе.

Основываясь на работе А.А. Тертычного, можно сделать вывод, о том, что программа «Наблюдатель» относится к жанру беседы. В ней ведущий является собеседником и равноправным участником диалога, наряду со своими партнерами по разговору. В ней происходит равноправный обмен равнозначными репликами, гости приводят свои примеры, иногда дискутируют.

В теоретической части мы отметили, что беседа не должна перерастать в дискуссию или дебаты. Однако, на примере этой передачи, мы увидели, что дискуссия может вестись гостями в программе. В большинстве выпусков один из дискутирующих соглашается с оппонентом. Таким образом, участники программы приходят к общему выводу беседы.

«Абсолютный слух»

Жанр: очерк. Хронометраж 39 минут. Периодичность выхода: раз в неделю по средам. Ведущий Геннадий Янин.

Дизайн студии: ведущий находится в музыкальной студии, стоя прямо рядом с микрофонами.

Структура программы: заставка (начинается с черного фона с белыми буквами «Телеканал-Россия» представляет со спокойной музыкой, затем резко сменяется на быструю напряженную барабанную музыку, сменяются фрагменты старых кадров, в середине появляется ведущий и объявляет: «Вы смотрите программу Абсолютный слух», затем заставка продолжается).

Ведущий появляется в студии, обозначая тему программы. Иногда он сам играет на музыкальных инструментах. Сюжеты чаще всего выездные, в другие страны, на родину известных композиторов и музыкантов. Передача сопровождается архивными фото и видео. Темы в программе: разные музыкальные стили и направления, жанры и эпохи. Передача представляет собой альманах о композиторах, музыкантах.

Операторская работа: средний и крупный план ведущего; сюжеты сняты по стандартным правилам съемки на телеканале (стэндапы, синхроны, закадровый текст).

«Сати. Нескучная классика...»

В программу приглашаются как состоявшиеся музыканты, знаменитые пианисты и скрипачи, так и молодые профессиональные музыканты, а также оперные певцы мировых опер, артисты балета, композиторы, актёры, режиссёры, даже тренеры и спортсмены. Разговор касается как личной жизни героев, так и музыкальных произведений, оказавших на них влияние.

Жанр: интервью с элементами ток-шоу. Хронометраж: 39 минут. Ведущая: Сати Спевакова. Периодичность выхода: два раза в неделю, понедельник и вторник.

Дизайн: ведущая находится в большой комнате, оформленной под старинный зал с мраморными полами и подсвечниками.

Структура: в начале программы появляется ведущая, которая подводит к теме программы. Она находится в пустом зале, держа в руках блокнот. Далее идет заставка: классическая музыка с переплетающимися волнами разноцветными. Затем ведущая с гостем уже сидят за длинным столом с белой подсветкой.

Отличительной особенностью данной программы является то, что в студии присутствуют зрители по обеим сторонам. Стоит также отметить, что аудитории имеет возможность задавать вопросы герою программы. Ведущая задает вопросы о жизни самого героя, вставки с фрагментами из выступлений, концертов, спектаклей. В конце программы ведущая снова появляется одна в

пустом зале, где делает вывод о герое или об интервью в целом.

Ведущая всегда одета в платья, блузки с юбками.

Операторская работа: средний план ведущей, гостя, общий план сбоку и сзади с разных сторон.

«Агора»

Название программы синонимично с названием площади в Древней Греции, где горожане обсуждали фундаментальные проблемы. В передаче происходит дискуссия сторонников и оппонентов о новых явлениях в художественной и социальной сферах.

Жанр: Ток-шоу. Хронометраж: от 58 минут до 62-х. Ведущий: Михаил Швыдкой. Периодичность выхода: раз в неделю по субботам.

Дизайн студии: студия оформлена под арену, где по обеим сторонам находятся эксперты. Черный пол со стенами с вырезами в виде овалов.

Структура: программа начинается с заставки (спокойная музыка, складывающиеся буквы в название программы), затем появляется ведущий в слабоосвещенной студии и подводит к теме разговора, лица гостей не видны, столы, за которыми они сидят подсвечены разными цветами. Затем студия освещается, ведущий адресует вопросы экспертам. Он также выступает модератором в полилогах, эксперты не начинают отвечать, пока ведущий не обратится к ним лично. В конце программы свет в студии опять выключается, падая лишь на ведущего. В это время он подводит итоги дискуссии по обсуждаемой теме в программе. Ведущий одет в деловые костюмы.

Эксперты: деятели культуры, политологи, историки, профессора вузов, депутаты, общественные деятели.

Операторская работа: средний план ведущего, гостей, общий план студии и гостей с разных сторон.

Программа относится к жанру ток-шоу, но аудитория в ней отсутствует. Сам ведущий программы объясняет несоответствие всем признакам жанра таким образом: «Наша задача – не сталкивать оппонентов лбами, а предложить несколько иной взгляд на проблему и, может быть, даже найти точки

соприкосновения. Я не хотел бы делать шоу, которое возбуждало бы зрительской интерес какими-то скандалами, это попытка спокойно разобраться в тех проблемах, которые вызвали скандал». [Телеканал «Россия-Культура», 2019]

«Библейский сюжет»

Программа показывает другой взгляд на всемирно известные произведения искусства, рассказывает о судьбе их создателей.

Жанр: информационно-познавательная передача. Ведущий: Дмитрий Менделеев. Хронометраж: 25 минут. Периодичность выхода: раз в неделю по субботам.

Структура: идет заставка под классическую музыку со сменяющимися произведениями искусства художников на фоне звездного неба. Вначале подводка к обсуждаемой теме в виде мини зарисовки. Далее появляется ведущий, держа в руках сверток, в темной комнате, позади него находится экран с архивными кадрами. Далее идет сюжет, закадровый голос не всегда принадлежит только ведущему. Прерывается сюжет вставками ведущего в студии.

Операторская работа: средний план ведущего.

«Билет в Большой»

Программа «Билет в Большой» рассказывает о самом именитом театре страны, в ней ведущий встречается с известными солистами оперы и балета, которые говорят об истории театра и современном репертуаре, премьерах и репетициях, буднях и праздниках.

Жанр: информационно-познавательная программа. Хронометраж от 38 до 50 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по пятницам. Ведущий Михаил Зеленский.

Структура: заставка показывает виды Большого театра снаружи и изнутри, идет название программы в виде билета. Вначале ведущий появляется в самом театре и подводит к теме сюжета в виде стендапа. Затем синхроны драматургов, артистов, постановщиков, режиссеров чередуются с фрагментами

из спектакля.

В передаче применяется ритмичный монтаж, сопровождающийся напряженной и динамичной классической музыкой. Стилль съемки не документальный, а художественный: много кадров и деталей специально замедлены или ускорены под ритм музыки.

Герои в своих синхронах рассказывают как о своих личных историях, так и о самой постановке. Иногда ведущий появляется в кадре, разговаривая с героями. Несколько раз в передачу звучит его закадровый текст, но основу программы составляют именно комментарии героев.

Стоит отметить, что в конце программы ведущий спрашивает мнение зрителей после постановки, таким образом, аудитория передачи может ознакомиться не только с мнением участников, но и узнать зрительскую точку зрения.

#### «Ближний круг»

Программа представляет собой актерские встречи в неофициальном стиле. Гостей объединяет то, что все они являются учениками одного театрального педагога. Они вспоминают свое поступление, студенческие годы, рассказывают о нынешних проблемах в профессии.

Жанр: ток-шоу. Хронометраж: 52 минуты. Периодичность выхода: раз в неделю, по воскресеньям. Ведущий Анатолий Малкин,

Студия представляет собой мастерскую художника: на стенах мазки с красками (наподобие холста). Гости сидят на простых стульях в два ряда. Ведущий стоит напротив них, рядом с ним находится пианино и четыре экрана, на одном из которых по ходу программы выводятся фотографии с главным героем или с рабочим процессом. Позади ведущего можно увидеть специально расставленные лампы, кейсы с музыкальными инструментами и зеркало как в гримёрке.

Программа посвящена известным деятелям искусства. В студии собираются его ученики и коллеги, 10-20 человек. Всю программу они вспоминают разные истории и моменты из биографии и карьеры главного героя.

Особенность передачи: отсутствие зрителей в студии, а также живые мини-представления гостей в студии (пение).

Структура: начинается программа с заставки, объектив камеры, в котором по кругу движется название программы. До заставки ведущий читает подводку к главному герою программы, уже находясь в студии или на ходу. Во время этого также показываются кадры «скрытой камеры» с приходом гостей, как они здороваются и общаются друг с другом.

Всю программу ведущий спрашивает разных гостей о главном герое, они рассказывают свои воспоминания о нем. Беседа ведется в дружеской манере, участники часто смеются. Разговор прерывается разными архивными кадрами с выступлений и с репетиций. Также в программе иногда показываются видеообращения других знакомых и учеников главного героя, которые не смогли приехать на съемки. Заканчивается передача предложением ведущего сделать совместное фото.

Операторская работа: параллельно с рассказывающим героем, в кадре показываются эмоции других гостей. Иногда идут перебивки с общими планами студии.

#### «Искатели»

Программа рассказывает об общественно значимых событиях истории и известных людях России и зарубежья.

Жанр: документальная программа. Хронометраж: 44 минуты. Периодичность выхода: раз в неделю, по четвергам. Ведущий Николай Свистун.

Структура: в начале заставка, затем цитата Альберта Эйнштейна на черном фоне: «Самое прекрасное, что мы можем испытать – это ощущение тайны. Она источник всякого подлинного искусства и науки». Программа состоит из стэндапов ведущего, интервью с экспертами.

#### «Искусственный отбор»

Программа посвящена истории изобразительного искусства, она рассматривает в новом ракурсе уже известные факты.

Жанр: документальная программа. Хронометраж: 39 минут.

Периодичность выхода: раз в неделю, по вторникам.

Структура: программа начинается с комментария эксперта. Затем следует заставка: сменяющиеся картины изобразительного искусства и скульптуры под быструю музыку. Ведущего в программе нет, только закадровый голос.

«Пешком»

В программе ведущий прогуливается по улицам и переулкам российских городов, попутно рассказывая их истории.

Жанр: путевой очерк. Хронометраж: 26 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по воскресеньям. Ведущий Михаил Жербак.

Структура: в начале и в конце идет одинаковая по формату подводка ведущего в студии. Студия оформлена под комнату в загородном доме из дерева. Ведущий смонтирован в виде трех копий: одна – всегда сидит на лестнице, вторая – на стуле, а третья – в кожаном кресле.

Затем начинается заставка под быструю музыку с панорамными видами объекта программы, в том числе снятыми с квадрокоптера. Эксперты в передаче отсутствуют. Все построено на стендапах ведущего в разных местах, которые сопровождаются архивными кадрами. Он, продолжая рассказ, может заходить в разные комнаты, разглядывать архитектуру с фонарем или сидеть с книжкой, читая цитату про главный объект в передаче.

«Письма из провинции»

Передача посвящена историям жизни разных героев и их профессиям. Через них рассказывается о разных городах России.

Жанр: документальная программа. Хронометраж: 26 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по пятницам.

Структура: передача начинается с заставки, кадров природы под русско-народную песню. В программе нет ведущего, только закадровый голос, герои – жители города разных профессий (и технических и творческих). В передаче присутствуют игровые элементы.

Комментарии героев перебиваются съемками их самих на рабочем месте или кадрами города, о котором идет речь в передаче. Также показываются

архивные съемки города (например, когда один из героев рассказывает про войну).

#### «Пятое измерение»

Программа посвящена фактам из истории мировой культуры, выставкам, коллекциям.

Жанр: познавательно-историческая программа. Хронометраж 26 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по вторникам. Ведущий: Ирина Антонова.

Структура: в начале программы идет заставка под классическую музыку, где ведущая поднимается по лестнице в музей, затем появляется надпись «Диалоги в пространстве культуры». Программа начинается с подводки ведущей, чаще всего за столом, позади которого стоит шкаф с книгами.

В качестве экспертов появляются научные сотрудники, организаторы выставок.

#### «Романтика романса»

Передача представляет собой концерт, где исполняются песни артистами разных театров.

Жанр: концерт. Хронометраж: больше часа. Периодичность выхода: раз в неделю, по субботам. Ведущие Екатерина Гусева и Евгений Кунгуров.

Структура: программа начинается с заставки, где под спокойную музыку, цветные трубы органа превращаются в разные музыкальные инструменты. Затем начинается концерт.

Операторская работа: в кадр операторы берут общий план на сцену, а также отдельно снимают поющих и зрителей.

#### «Царская ложа»

Программа рассказывает о театральных и концертных премьерах, оперных и балетных постановках разных театров.

Жанр: информационно-познавательная передача. Хронометраж 39 минут. Периодичность выхода: раз в неделю по пятницам. Ведущие: Галина Мшанская и Зоя Беляева.



Структура: в начале идет заставки под классическую музыку, показывается ночной Петербург и оркестр. Программа освещает события в музыкальной жизни Санкт-Петербурга: театральные и концертные премьеры, а также оперные и балетные постановки Мариинского, Михайловского и других театров. Иногда программа посвящена международным музыкальным фестивалям, таким, как «Площадь искусств», «Дворцы Санкт-Петербурга», «Музыкальный Олимп». Кадры с концертов перебиваются комментариями главного героя, с которым разговаривают ведущие.

В программе показываются архивные кадры музыкальных исполнителей, также современные музыкальные и театральные деятели.

«Что делать?»

В программе приглашенные ученые, деятели культуры, государственные деятели, журналисты за круглым столом обсуждают общественные проблемы и предлагают пути решения.

Жанр: беседа. Хронометраж: 44 мин. Периодичность выхода: раз в неделю, по средам. Ведущий: Виталий Третьяков.

Дизайн: гости и ведущий сидят за круглым столом. В студии находятся постеры, кожаные бежевые стулья, над столом висит большая круглая лампа, размером со стол.

Структура: в начале программы идет заставка под спокойную музыку с картинками библиотек. Затем идет подводка ведущего. Темы, затрагиваемые в программе: философия, история, этические аспекты. В программу приглашают пять экспертов: академики, историки, профессора. У каждого эксперта лежит бумага с ручкой и стакан воды. Программа выполнена в стиле заседания.

Ведущий выступает модератором беседы, задавая вопросы экспертам. В конце подводит итоги беседы. Одет он в деловые костюмы.

«Шедевры старого кино»

Данная передача выходит перед показом фильма в эфире телеканала «Культура». В ней режиссеры и актеры рассказывают о фильмах эпохи «великого немого» кино.

Жанр: документальная передача. Хронометраж 12 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, по пятницам.

Структура: сначала идет заставка под быструю музыку (пианино) показываются старая пленка, в которой возникает название программы. Вначале небольшое введение, рассказ о фильме или актере, архивные кадры.

Помимо старых фильмов, в программе затрагиваются темы первых кинематографических работ времен появления звука, цвета.

После передачи идет показ фильма, о котором рассказывалось в выпуске.

«Шедевры мирового музыкального театра»

Программа представляет собой телеверсии оперных и балетных постановок в ведущих театрах мира.

Жанр: концерт. Хронометраж: зависит от длительности спектакля. Периодичность выхода: раз в неделю, по воскресеньям.

Структура: сначала идет вступительное слово художественных руководителей театров, затем показывается само представление. Ведущий в программе отсутствует.

«Правила жизни»

Программа посвящена привычкам, традициям и негласным нормам в разных странах. Ведущий затрагивает разные сферы жизни, начиная от социальных и научных до искусствоведческих.

Жанр: информационно-познавательная передача. Хронометраж: 26 минут. Периодичность выхода: раз в неделю, в понедельник. Ведущий: Алексей Бегак.

Цель программы – разобраться и понять, как возникли привычки и традиции, которые обычны для современного человека, живущего в нашей стране, каковы правила жизни, по которым можно судить о характере нации. Ведущий беседует с социологами, антропологами, культурологами и историками.

Структура: в начале программы заставка (вырезки из журналов), затем ведущий появляется в студии вместе с первым экспертом. Всего в передачу приглашается несколько героев, которые разговаривают с ведущим отдельно

друг от друга. Иногда ведущий и гость стоят друг напротив друга, с другим героем ведущий может сидеть в креслах, в других случаях между ними может стоять стол. Во время разговора они могут писать на билбордах, демонстрировать научные разработки с помощью эксперимента. Программа включает фрагменты цитат известных людей и архивные фотографии. Заканчивается передача фактом из истории, либо сообщением о новых правилах.

Студия: оформлена в белых цветах, два билборда, два торшера, стол, два кресла (предметы интерьера могут убираться или появляться в разных частях программы).

Монтаж: кадр меняется каждые пять секунд, в студии снимают 6-7 операторов. Они чередуют разные планы: от нескольких крупных гостя с разных сторон до их общего снизу и сверху. Операторы иногда используют расфокус в кадре, снимая предмет перед говорящим человеком. Режиссеры монтажа показывают одновременно три плана: общий план студии, отдельно два средних плана ведущего и гостя.

Помимо этого на телеканале «Культура» по утрам выходит видео-календарь, где рассказывается, кто из известных личностей родился или умер в этот день. Также телеканал создает собственные телепроекты. Например, «Война и мир. Читаем роман», в котором участвовало 1300 человек из разных городов, они читали эпопею Льва Толстого. Можно отметить и телепроект «С молитвой о Пальмире. Музыка оживляет древние стены», тогда в только что освобожденной Пальмире состоялся концерт оркестра Мариинского театра, велась его прямая трансляция.

## **2.2 Отличительные черты телепрограмм на канале**

Нами было проанализировано 26 программ, регулярно выходящих в эфир канала «Россия Культура». Стоит отметить, преобладание у них студийного формата записи передач, большая часть из которых являются беседами, поэтому

это является важным жанром для нашей работы. Основываясь на утверждении А.Н. Дедова, которое мы приводили в теоретической части нашего исследования, можно сделать вывод, что программы на телеканале «Культура» в этом жанре создают эффект диалогичности и доверительности.

Диалогичность активизирует гостя, заставляя вступать его в обсуждение, но при этом в программах отсутствует агрессивная манера поведения между участниками. В то же время диалогичность придает некое оживление, зрителю приходится следить за мыслью каждого собеседника, а не просто слушать длинный монолог одного героя.

Использование средних планов в программах помогает в осуществлении эффекта диалогичности, «круглого стола», а также заставляет зрителя концентрировать свое внимание на мнении каждого из экспертов.

Также в программах телеканала присутствует «бесшовный эфир», когда следующая передача анонсируется в идущей программе («Новости Культуры»).

Если говорить об информационных поводах в передачах телеканала «Культура», то они варьируются, начиная с тем искусства (от театральных премьер до современных течений, например обсуждение рэп-баттлов в программе «Агора»), до научных открытий, разбора документальных источников, политических ситуаций в мире или нововведений этических норм в обществе.

Многие программы совмещают в себе несколько жанров, например, дискуссию, ток-шоу и беседу, образуя тем самым свой уникальный формат.

В программах телеканала «Культура» журналист-собеседник является равноправным участником диалога, наряду со своими партнерами по коммуникативному акту. В таких программах происходит равноправный обмен репликами, суждениями, размышлениями. Таким образом, журналист-собеседник получает гораздо больше многосторонней информации из беседы, что является особенно важным для формата информационно-познавательных программ.

Другим отличительными признаками программ можно назвать ведущих,

каждый из которых является экспертом в своей сфере и имеет многолетний опыт работы в журналистике, либо они сами являются литераторами, историками, политологами, музыкантами или актерами. При этом у каждого из них своя тактика, манера ведения передачи: от подачи информации в виде сухих фактов в одной программе до дружеской беседы с шутками и историям из личного опыта в другой. В большинстве программ ведущий выступает модератором передачи, четко следуя запланированному сценарию. Имидж ведущих связан с корпоративным имиджем канала в целом, что отражает общую тематическую направленность телеканала «Культура».

Обнаруживается сходство и в заставках программ, чаще всего это складывающиеся буквы названия передач под классическую музыку. Чаще всего предметы интерьера в студиях напоминают зрителям о тематике передач.

Общий дизайн студий варьируется от абсолютного отсутствия декораций кроме фона, например, программа «Белая студия», где все действие держится лишь на диалогах ведущего и гостя, вплоть до стилизации под звукозаписывающую студию, старинный зал или арену. («Абсолютный слух», «Нескучная классика», «Агора»).

Большинство программ разбавляется вставками из фильмов или спектаклей, о которых говорят герои. Это могут быть как архивы, так и эксклюзивные кадры с премьер.

Отличительным признаком программ от других каналов является отсутствие зрителей в студии даже в программах в жанре ток-шоу (за исключением передачи «Нескучная классика», где у зрителей есть возможность лично задать вопросы известному человеку). Также нужно отметить, что участники программ в жанре дискутируют, но в конце приходят к единому выводу разговора. Таким образом, цель программ – не решение вопроса, а ознакомление зрителя с разными точками зрения авторитетных людей по теме. На основе этого зритель сам должен сделать для себя какой-то вывод.

Исходя из концепции А.А. Тертычного, представленной нами в теоретической части работы, можно сделать следующие выводы: в программах

участвуют компетентные собеседники; присутствует ясность цели; гибкость стратегии и тактики у ведущего; логическая стройность и построения разговора. При этом актуальность темы в передачах не всегда соблюдается, например, при обсуждении исторических процессов, происходивших в прошлых веках.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Значимость нашей работы заключается в полноте исследования формата телеканала о культуре. На данный момент в научном сообществе больше внимания уделяется анализу информационного или развлекательного контента на телеканалах.

Таким образом, мы выполнили задачи, поставленные нами во введении: рассмотрели работы современных исследователей о формате телеканалов о культуре; в теоретической главе мы разграничили понятия формата телеканала и телепрограммы; определили жанры, необходимые для данной работы; выделили главные факторы успеха, задачи и функции ведущего; определили культурно-просветительскую функцию телевидения, основываясь на работах российских и зарубежных исследователей. Во второй главе мы проанализировали сетку вещания телеканала «Культура»; осуществили анализ выпусков его передач.

На основе всего этого, можно сказать, что телеканал подобного формата подходит для выполнения культурно-просветительской функции на телевидении. Во введении нашей работы мы указали то, что программы о культуре устанавливают дистанцию между специалистами и непросвещенными зрителями. К преимуществам телеканала относится то, что в программах не используются специализированные термины, то есть, они предназначены для просмотра широкой аудиторией. Ведущие в программах не просто описывают процессы в культурной деятельности, информируя зрителей о событиях и важных датах в культуре и общественной жизни, но и обладают умением анализировать их. Ведущие и гости способны грамотно рассуждать на разные темы в выпусках. Телеканал «Культура» предоставляет широкий выбор программ как по количественному, так и по жанровому признаку: интервью, ток-шоу, концерты, очерки, документальные фильмы, новостные репортажи в разных сферах культуры и науки. Преобладание этих жанров связано с политикой телеканала в целом, он дает аудитории возможность выбора и

позволяет основываться на своих собственных культурных предпочтениях. Гибкость стратегии, то есть вариантность ведения программ создает определенный формат каждой, который позволяет зрителю находить наиболее подходящую форму для усвоения информации. При этом для зрителя, у которого цель просмотра передач зависит от актуальности информации, формат данного телеканала не является подходящим, так как актуальность не всегда соблюдена.

Телеканал «Культура» является главным каналом трансляции ценностей и смыслов классической и некоторых аспектов современной культуры на современном российском телевидении. В начале нашей работы мы указали на то, что руководители телеканалов о культуре отвечают как за просветительскую функцию передач, так и за развлекательную, ведь в современных реалиях именно она привлекает массового зрителя. Сам телеканал «Культура» позиционирует себя как телеканал, предназначенный для массового зрителя. Несмотря на это данный телеканал, по данным фонда «Общественное мнение» на 29 апреля 2018 года, занимает 14 место в рейтинге российских телеканалов (Приложение Б). Это позволяет сделать вывод о том, что телеканалу «Культура» требуется уделить внимание привлечению большей аудитории. На основе проанализированных нами программ, можно сделать вывод о том, что для этого требуются некоторые изменения в формате.

Телеканалу необходимо добавить элементы инфотеймента в свои передачи. Помимо вставок с фотографиями и видео, в передачах отсутствуют развлекательные элементы. Например, в программах в жанре интервью можно добавить некоторые игровые моменты. Также в программах не наблюдаются изменения за последние несколько лет, помимо смены дизайна в отдельных студиях. Можно отметить и то, что все программы, помимо трансляций конкурсов или концертов, идут в записи. Использование прямого эфира могло бы добавить интерактив с аудиторией. Имидж телеканала напрямую связан с ведущими, поэтому «Культура» нуждается в привлечении молодых кадров. Они могут привнести в формат телеканала новые идеи, что привлечет за собой



новую молодую аудиторию. В некоторых программах необходимо введение тем, касающихся не только классических произведений, но и обсуждение современных кинофильмов, книг, музыки, которые популярны на данный момент.

Таким образом, на основе нашей работы мы можем сказать, что формат телеканал «Культура» нуждается в серьезных изменениях. Необходимо совместить выполнение культурно-просветительской функции и развлекательной, это позволит телеканалу стать более востребованным на российском телевидении.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Бао Лань. Культурно-просветительская деятельность в СМИ Китая: дис. ... канд. культурологии : 24.00.00 / Бао Лань. — Санкт-Петербург, 2016. — 121 с.
- 2 Белобрагин, В. В. Социально-психологические особенности имиджа современного телеканала / В. В. Белобрагин // Вестник РОСНОУ. Сер. 2. Человек и общество. — 2018. — № 2. — С. 135–138.
- 3 Благова, З. И. Особенности производства отечественных телепрограмм в современных условиях: творческий и экономический аспекты / З. И. Благова, Н. А. Морщагина // Петербургский экономический журнал / Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения. — Санкт-Петербург, 2015. — № 1. — С. 71–79.
- 4 Воскресенская, М. А. Антропологические основания журналистского исследования культуры / М. А. Воскресенская // Средства массовой информации в современном мире / Материалы 52-й междунаро. науч.-практической конференции. — Санкт-Петербург, 2013. — С. 115–118.
- 5 Гегелова, Н. С. Культура на телевидении: миф или реальность? / Н. С. Гегелова // Вестник РУДН / Российский ун-т дружбы народов. — Москва, 2008. — № 4.
- 6 Гегелова, Н. С. Культурная миссия российского телевидения / Н. С. Гегелова // Вестник РУДН / Российский ун-т дружбы народов. — Москва, 2010. — С. 93–103.
- 7 Гмызина, Э. В. Жанр телевизионного портрета в программах о театре на канале «Культура» [Электронный ресурс] / Э. В. Гмызина // Advanced Science. — 2017. — Режим доступа: <http://advanced-science.ru/gmyzina-e.-v.-4>
- 8 Дедов, А. Н. О форматах телевизионных программ / А. Н. Дедов // Курганский государственный ун-т. — Курган, 2016. — С. 13–17.
- 9 Егоров, В. В. Телевидение между прошлым и будущим : учебное пособие / В. В. Егоров. — Москва: МНЭПУ, 1999. — 414 с.

10 Захарченко, Н. А. Особенности функционирования современного публичного теледискурса / Н. А. Захарченко // Самарский гос. ун-т. — Самара, 2014. — С. 375–383.

11 Казакова, И. Н. Репрезентация стратегической модели автора в дискурсе телепередачи (на материале передачи «Наблюдатель» телеканала «Россия-Культура») : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. / Казакова Ирина Николаевна. — Волгоград, 2018. — 188 с.

12 Как часто и зачем люди смотрят телевизор // Фонд общественного мнения [сайт]. Москва, 2018. — Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-internet/14029>

13 Карпова, Д. В. Язык. Речь. Культура / Д. В. Карпова // Материалы XII Всерос. студ. науч.-практической конференции. — Санкт-Петербург, 2017. — С. 35–39.

14 Каширин, А. А. Авторские телепрограммы как объект коммуникативно-прагматического исследования / А. А. Каширин // Вестник ТГПУ. — Томск, 2016. — № 7. — С. 151–155.

15 Кемарская, И. Н. Переформатирование как проявление мутации жанров / И. Н. Кемарская // Москва : Наука телевидения, 2008. — С. 86–94.

16 Кондратьева, Н. Е. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры / Н. Е. Кондратьева // Аналитика культурологии. — Москва, 2008. — С.1–6.

17 Крысин, Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. — Москва : Эксмо, 2008. — 944 с.

18 Кузнецов, Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов. — Москва : МГУ, 2000. — 224 с.

19 Лазутина, Г. В. Технология и методика журналистского творчества / Г. В. Лазутина. — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1988. — 51 с.

20 Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебное пособие / Г. В. Лазутина. — Москва : Аспект Пресс, 2001. — 240 с.

21 Лапина, И. Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия

мысли / И. Ю. Лапина. – Москва: Аспект Пресс, 2007. — 158 с.

22 Лащук, О.Р. Формат СМИ: определение термина [Электронный ресурс] / О. Р. Лащук // Медиаскоп, 2009. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми»>

23 Лащук, О. Р. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ [Электронный ресурс] / О. Р. Лащук // Медиаскоп, 2009. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми»>

24 Марьина, Л. П. Журналистика и культура: динамика взаимодействия : учебное пособие / Л. П. Марьина. — Львов: ПАИС, 2013. — 73 с.

25 Морозова, М. Н. Альманах – формат, воплощающий замысел телеканала «Культура» / М. Н. Морозова. — Москва, 2017. — С. 137–139.

26 Мясникова, М. А. Форматы и жанры как категории телевизионной морфологии / М. А. Мясникова // Вестник Челяб. гос. ун-та. Теория и практика массовой коммуникации. — Челябинск, 2011. — № 6. — С.1–7.

27 Мясникова, М. А. Жанровая и форматная динамика в программировании телеканала «Культура» / М. А. Мясникова // Вестник Челяб. гос. ун-та. — Челябинск, 2015. — № 5. — С. 250–255.

28 Николаев, А. Ю. Феномен имиджа политика / А. Ю. Николаев, С. В. Гераськин, И. В. Борисов. — Новосибирск, 1999. — 249 с.

29 Новикова, А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия / А. А. Новикова. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2008. — 52 с.

30 Новикова, А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата / А. А. Новикова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 13. Журналистика. — 2010. — № 6. — С. 56–65.

31 Нуждина, О. А. Имидж телеведущего. Имиджелогия: как нравиться людям : учебное пособие / О. А. Нуждина. — Москва : Народное образование, 2002. — 576 с.

- 32 Падейский, В. В. Проектирование телепрограмм / В. В. Падейский. – Москва : Юнити-Дана, 2004. — 238 с.
- 33 Перипечина, Г. В. Тематическое своеобразие как фактор эстетизации контента телеканала / Г. В. Перипечина // Средства массовой информации в современном мире / Материалы 53-й международ. науч.-практической конференции. — Санкт-Петербург, 2014. — С. 157–158.
- 34 Разлогов, К. Э. Искусство экрана: проблемы выразительности / К. Э. Разлогов. – Москва : Искусство, 1982. — 158 с.
- 35 Смирнов, В. В. Формы вещания / В. В. Смирнов. – Москва : Аспект Пресс, 2002. — 203 с.
- 36 Тертычный, А. А. У беседы свое лицо : учебное пособие / А. А. Тертычный. — Москва : Аспект-Пресс, 2000. — 57 с.
- 37 Ток-шоу Агора / Телеканал «Россия-Культура» [сайт]. — Москва, 2011. — Режим доступа: [https://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/61882](https://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/61882)
- 38 Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В. Л. Цвик, А. Я. Юровский, Г. В. Кузнецов. – Москва : Высшая школа, 2002. — 304 с.
- 39 Шабалина, Е. А. Телевизионное ток-шоу: жанр, структура, тенденции развития (на примере телепередачи "Прямой эфир" с Борисом Корчевниковым) / Е. А. Шабалина. – Белгород : БелГУ, 2016. — 14 с.
- 40 Эфрос, А. В. Кино и театр – пути взаимодействия / А. В. Эфрос. — Москва : Искусство кино, 1982. — 76 с.
- 41 Van den Bluck, Public service television and national identity as a project of modernity; the example of Flemish television / Van den Bluck // Media Culture & Society. – London, 2001. — № 23. — P. 53–70.
- 42 Youngsuk Song, A comparison of arts and culture television programmes between the BBC and KBS / Youngsuk Song // Reuters Institute Fellowship Paper. — London : University of Oxford, 2013. — P. 4–9.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Данные из Фонда «Общественное Мнение» – 1

#### Для чего, в первую очередь, вы смотрите телевизионные программы?

Параметры опроса

ДАнные в % от опрошенных

*Вопрос не задавался тем, кто не смотрит телепрограммы и у кого нет телевизора, – отвечали 87% респондентов.  
Карточка, не более трёх ответов*

	25 мая 2014	24 мая 2015	5 февраля 2017	4 июня 2017	29 апреля 2018
Ориентироваться в текущих событиях в нашей стране	54	49	47	48	44
Расслабиться, отдохнуть, приятно провести время	50	43	30	28	27
Понимать актуальные проблемы страны и общества	22	25	22	23	23
Забывать о повседневности, о тревогах и проблемах	20	21	24	19	20
Расширять кругозор, развивать свой ум	19	31	17	20	17
Понимать действия политиков и государственных деятелей	29	12	14	13	13
Понимать жизнь людей в других странах	11	9	11	12	11
Понимать, как живут люди в других регионах страны	12	10	11	10	10
Понимать законы страны и как их применять	8	10	7	10	8
Представлять перспективы страны	6	8	6	5	6
Понимать, как жить, как строить свою жизнь	3	6	6	5	5
Понимать себя, понимать других людей	5	4	5	6	5
Узнавать о людях, с которых можно брать пример	4	5	3	4	4
Затрудняюсь ответить	3	3	3	3	2

Рисунок А.1 – Для чего, в первую очередь, вы смотрите телевизионные программы?

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Данные из Фонда «Общественное Мнение» – 2

Какие из телеканалов вам нравятся больше всего?

1 Параметры опроса ДАнные в % от опрошенных

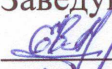
*Вопрос не задавался тем, кто не смотрит телепрограммы и у кого нет телевизора, – отвечали 87% респондентов.  
Карточка, любое число ответов*

	22 января 2012	20 января 2013	25 мая 2014	24 мая 2015	12 июня 2016	5 февраля 2017	4 июня 2017	29 апреля 2018
Первый канал	52	61	63	63	48	52	48	46
Россия 1	48	55	57	57	46	43	48	42
НТВ	41	49	38	42	31	36	34	32
ТНТ	23	24	23	26	23	21	19	19
СТС	19	19	22	23	19	18	16	17
РЕН ТВ	10	17	16	17	17	18	16	17
Россия 24	5	10	20	23	17	18	18	16
Звезда	7	12	9	18	12	15	18	15
Домашний	9	13	9	12	12	12	11	12
Пятый канал	8	12	14	20	14	13	14	11
Пятница	4	3	3	7	9	8	8	9
Матч ТВ	12	14	13	15	9	11	10	9
ТВ 3	3	5	5	7	7	7	7	7
Россия К (Культура)	10	12	9	11	7	9	10	7

Рисунок Б.1 – Какие из телеканалов вам нравятся больше всего?

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра журналистики и литературоведения

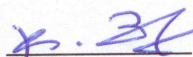
УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 К.В. Анисимов  
« 5 » июль 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**ФОРМАТ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КАНАЛА О  
КУЛЬТУРЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «РОССИЯ-К»)**

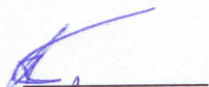
Руководитель



доцент, канд. философ. н.

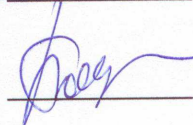
К.А. Зорин

Выпускник



А.Э. Винокурова

Нормоконтролер



ст. преподаватель

О.В. Богуславская

Красноярск 2019