

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УТРЕННИХ ПРОГРАММ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Ахмедов Давронбек Гайратбек угли,
магистр Университета журналистики и массовых коммуникаций
theakhmedovs@gmail.com

Аннотация

Данная работа посвящена изучению утреннего эфира как важной составляющей удовлетворения досуговых потребностей в начале дня. Описывается нынешнее положение общества в напряженной информационной среде и последующий эффект на производительность субъекта. Дается обратный процесс данного явления. Выявлены ключевые признаки формата, являющиеся отправной точкой для успешной реализации утреннего шоу.

Определена особенность утренних передач в роли зачинателя инстинктивного перехода от минувшего дня к новому. Исследованы первообразы утреннего сегмента, исходные функции которых послужили ориентиром для построения правильной структуры программы и повышения взаимодействия со зрителем. В ходе исследования были выявлены современные технологии, повлиявшие на оптимизацию утреннего сегмента и на продвижение формата. Была обусловлена роль ведущих на телевидении как ключевой фигуры шоу.

Ключевые слова: телевидение, утренняя программа, шоу, зрители, интерактивный эфир.

С наступлением информационной эры человечество неизбежно столкнулось с кардинальным изменением в его привычной жизни. Особенно это явление стало отражаться в начале XXI столетия. Интенсивный поток информации, который поступает к нам из различных средств массовой коммуникации, обрабатывается нашим подсознанием с долей напряжения. Э. Тоффлер, американский философ, автор концепции постиндустриального общества, объяснял это явление следующим образом: «Мозг современного человека перегружен обилием поступающей информации, все чаще встречаются формы «плохой индивидуальной адаптации», «блокирование» пугающей информации, специализация, реверсионизм, «сверхупростительство»»[6]. Все это негативным образом сказывается на самочувствии, а в дальнейшем и на продуктивности каждого. Но с другой стороны наблюдается стремительная интенсификация процесса развития удовлетворения досуговых потребностей, вследствие обновления потребительского контента в той же цифровой среде. По сравнению с театром и кинематографом, при развитии досугово – развлекательной тематики, телевидение оказалось в выигрышной позиции, а именно утренний блок, с момента своего появления, послужил своего рода преобразователем при формировании положительного эмоционального настроения на целый день для служащего, рабочего, фермера. Именно позитивный утренний настрой предопределяет благополучное и эмоционально – яркое течение целого дня. Следовательно, учитывая недостаточную эмпирическую составляющую относительно выразительности утреннего шоу национальных телеканалов Узбекистана, была поставлена задача рассмотрения форматных особенностей утреннего блока зарубежных телеканалов с точки зрения удовлетворения досуговых потребностей.

К сожалению, в ходе наблюдения за структурными особенностями утреннего блока национальных каналов Узбекистана обнаружилось, что фактически все программы данного формата имеют некую статичность, стандартность и утрачивают аутентичную составляющую. В них наблюдается то, что считается неестественным в этом формате – «перепевающийся» стиль вещания.

Всем известно, что утренний эфир, несмотря на сохранение весьма значительной позиции на телевидении, до сих пор не имеет устойчивой жанровой структуры. В свою очередь С.Н. Акинфиев, исследуя развлекательные формы на российском телевидении, приходит к мысли о том: «что исследователь, пожелавший классифицировать «утреннее шоу» по типам, сталкивается с процессом

постоянного изменения исследуемого объекта, имея синкретическую природу экранной продукции. Определив одни типы, можно обнаружить со временем их устаревшими»[5]. В частности, эту тенденцию уверенно можно отнести к ключевым, поскольку по мере совершенствования досугово – развлекательной потребности человека, происходит и параллельный метаморфоз в медийной среде, в том числе и в утреннем сегменте на ТВ путем непрерывного слияния разных жанров. Это дает возможность полноценно осуществлять рекреационно-познавательную функцию, вовлекать зрителей непосредственно в процесс, делая их сотворцами медиапродукта.

Исследователь интерактивных телевизионных форм Е.В. Поберезникова, назвала этот процесс «интеракцией» (моделью вещания, основанной на взаимодействии с телезрителем)[7].

Как известно, именно утреннее ТВ воспринимается как иницирующий, стимулирующий к новым начинаниям элемент телевидения, невзирая на то, что в нынешнее время сетка вещания передач остаётся наполненной «под завязку», даже в ночное время суток. В это временной отрезок можно наблюдать разного рода передачи (телефильмы, спектакли, повтор уже вышедшего в эфир ток – шоу и т.д.), но они воспринимаются зрителями как композиционные составляющие «прошедшего» дня. Получается, что сетка утреннего вещания отождествляется как совокупность инстинктивного завершения минувшего дня и вступления к новому. У телезрителя создаётся впечатление о наступлении привычной для него будничности, которая ассоциируется с началом новой обыденности с «чистого листа», с долей положительного настроения. Кроме того, такой эффект производится благодаря разного рода аудиальным художественно – выразительным средствам. К примеру, перед выпуском программы «Доброе утро» российского телеканала «Первый» демонстрируется хронометр, секунды которого приближаются к началу следующего отрезка времени, тем самым создавая впечатление о начале новой поры, вслед за чем передается гимн страны.

Если обратиться к истории становления утреннего сегмента, пионером которого является американское шоу «Tree To Get Ready» [1], то даже здесь можно заметить, как замысел продюсеров данной концепции был акцентирован именно на восприятии зрителями экранной продукции не на текущем сообщении, а на развитии рекреативной тематики. Следует особо отметить, что уже тогда от виртуозной подачи ведущим телевизионного материала зачастую зависел успех шоу.

Вслед за зачинателем утреннего сегмента выходит телепрограмма «The Today Show» («Шоу сегодня») на канале NBC, сразу вступившая в конкурентную борьбу за зрителя. Продюсеры данного шоу изначально стали применять эффективный интерактивный прием – сиюминутное привлечение зрительской аудитории в процесс съемки. Непревзойденный ведущий шоу Давид Гарроуэй с самого начала трансляции шоу стал импровизировать прямо «на ходу». Поприветствовав своих зрителей, он стал «водить» камеру по большой студии, фиксируя кадр за кадром необычную обстановку в прямом эфире. Эти и другие приёмы в шоу изменили взгляд аудитории на восприятие контента, создавая условия приобщиться к большой телевизионной «семье»[2].

В последующем расширилась и сетка вещания других телеканалов посредством внедрения утреннего блока. Каждый производитель утреннего контента всячески искал методы продвижения своей продукции, с целью привлечь зрителя путем осуществления конкретных психологических потребностей в коммуникации с аудиторией. Эти усилия дали свои результаты и постепенно наблюдалось интерактивное взаимодействие телевидения с целевой аудиторией.

С продвижением утреннего блока и последующим расширением охвата в других странах, данный формат способствовал появлению термина «инфотейнмент». Уже к 1990 годам термин становится общепринятым. Под этим понятием подразумевается подача любой информации с оттенком развлекательности. С момента формирования своеобразного стиля подачи материала, данный подход изменил целый ряд структур сетки вещания разных телеканалов. Одним из первых, кто ощутил такую перемену, стало утреннее шоу «Morning News» («Утренние новости») телеканала CBS. Поначалу программа была нацелена сугубо на «официальность» и освещала новостной блок с чрезмерной формальностью. Но спустя три месяца после запуска проекта, данная передача одна из первых последовала принципам «инфотейнмента», внося изменения в формат вещания, что положительно повлияло на смотримость эфира.

Важно понять, что современные программы ищут уникальные формы интеракции со зрителем.

Нынешняя зрительская аудитория отличается от аудитории 1960-х годов. Тенденции современности склонны к своеобразию. Они в большей степени требуют фривольности, откровенности и вседозволенности. Такой ход событий дал толчок развитию диалоговых форм взаимной интеракции. В то время как развивался утренний формат во второй половине XX века, эволюционировали и технические новации. Применение этих же средств в утренних эфирах способствовало подъему популярности формата в медиасреде. Использование на практике новых спецэффектов, анимаций, камер, «парящих» на кране, дало возможность производить развлекательный эфир более высокого эстетического качества. Введение в структуру программы новых технологических нововведений, таких как телефонные звонки в студию, компьютеризации, миниатюризации камер и новых монтажных технологий существенно внесли изменения в структуру программы.

В то время, как интернет завоевывал позиции в качестве популярного и быстро берущего вверх над остальными СМИ медиа, основной целью утреннего блока остаётся непритязательная зрелищность, динамичная смена составляющих эфирных блоков и жанров. Из вышеупомянутых тенденций по преобразованию состояния «зрелищной абстракции» в утреннем эфире как поворотную можно назвать усиливающуюся роль ведущих в шоу. Как справедливо отмечал в свое время автор работы «Телевизионная журналистика» А.Я. Юровский: «Ведущий является одной из ключевых фигур в понимании природы ТВ»[3]. Ведущие - первые, кого визуально приветствуют зрители в утреннем эфире при включении телеприёмников. На них возлагаются самые насущные задачи, начиная от соответствующей подачи материала до удовлетворения досуговых потребностей целевой аудитории.

Исследователь Е.В.Шипова рассуждает о медийных лицах так: «Они стоят за большинством сообщений разного характера, предъявляя свое лицо в качестве личной подписи под тем, о чем они говорят с экрана»[4]. Тут проявляется основная задача вещательного канала - поддерживать зрелищность подаваемого материала ежедневно, ибо успех телестанции на текущий день зависит от того, насколько оптимально выстроен и насколько эффективно влияет на сознание и эмоции зрителей утренний блок в сетке вещания.

В заключении можно сказать, что утренний эфир сформировался как своего рода обратная связь в ответ на тенденции современности, которые отрицательно воздействуют на подсознание субъекта. Утвердившись в сетке вещания на ТВ как исключительный формат с характерным свойством, как модифицирующийся жанр, шоу успешно служит преобразователем целого ряда экранной продукции, тем самым вводя в процесс производства и медиапотребления телезрителя.

Как выяснилось, спецификой утреннего эфира является воздействие на подсознание целевой аудитории в структурировании дня. Также нами определено, что роль ведущего в утреннем шоу бесспорна.

Исследованием доказано, что сама концепция формата утреннее шоу предопределяет успех утренней программы. Следовательно, дальнейшая диверсификация неоднородных приёмов, психологического воздействия, применение новейших технологических и технических новаций вкупе с мастерством ведущих, как главных лиц шоу способствует успешной реализации рекреации в телеэфире и установлению более тесных связей с аудиторией.

Литература

1. История утренней программы «Three To Get Ready» [Электронный ресурс на английском] // imdb.com – URL: https://www.imdb.com/title/tt12610542/trivia/?ref=tt_trv_trv (дата обращения: 15.02.2022)
2. URL:<http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=4309912> (дата обращения 15.02.2022)
3. Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики / Р.А. Борецкий, А.Я. Юровский. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во МГУ, 1987. –С.189
4. URL: <http://www.dissercat.com/content/personifikatsiya-informatsii-na-rossiiskom-televidenii-professionalno-eticheskii-aspekt#ixzz3fah8Wsin> (дата обращения 24.03.2022).
5. Цит. По Акинфиеву С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения. дисс. канд. филол. наук.-М.: МГУ, 2008 - С. 14
6. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. М.: Изд-во

Михайлова В.А., 2002.- С. 14.

Научный руководитель – доц., к.ф.н.Исмаилова К.Ф.