

УДК 316.7

Федотова Н.Г.

канд. филос. наук, доцент каф. теории истории и философии культуры

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

(Россия, г. Великий Новгород)

Муравьева М.Д.

студентка,

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

(Россия, г. Великий Новгород)

ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ШОУ КАК ДИСКУРСИВНЫЙ ФОРМАТ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Проблематика медиадискурса занимает в наши дни ведущее место не только в философских или филологических исследованиях, но и в культурологических. Культурологический анализ дискурсивных практик медиа нередко связан с исследованием медиакультуры, т.е. современной культуры, характерной для эпохи информационного общества, в котором ценностная, нормативная, символическая среда социального взаимодействия формируется в тесной связи с масс-медиа. Актуальность исследования медиакультуры в целом обусловлена важностью анализа проблемы влияния медиадискурса на многообразные культурные и социальные процессы.

Между тем, большой поток информации в современном обществе транслируется с помощью такого средства массовой коммуникации как телевидение. Телевизионные медиатексты в силу своей дискурсивной специфики, понятности и доступности оказывают наиболее выраженное и действенное влияние на социальные идеалы, культурные нормы, образцы поведения людей. Телевизионные сериалы, новости, ток-шоу активно вовлечены в процесс формирования устойчивых стереотипов и образов, которые складываются в обществе (от образов женщин, политиков до образов

церкви, полиции, семьи и пр.), влияющих на поведенческий кодекс человека, на процессы его идентификации, социализации и пр. [2, С. 43].

Одним из способов культурологического исследования тенденций развития современной медиакультуры является анализ дискурсивных форматов, отражающих ключевые аспекты и характер коммуникативной среды медиаиндустрии. Рассмотрим телевизионное шоу в качестве дискурсивного формата, репрезентирующего особенности современной медиакультуры.

Современное российское телевидение сложно представить без шоу, т.е. без яркого представления массовой информации, рассчитанного на внешний эффект. Формат телевизионного шоу приобрел огромную популярность в России, а современные телеэфирные наполнены всевозможными «ток-шоу» и «реалити-шоу». Анализ ключевых аспектов дискурсивного формата телевизионного шоу на современном российском телевидении показал следующие результаты. Прежде всего, следует заметить, что для любого телевизионного шоу характерна развлекательная направленность, постановочный характер и запланированный сценарий представления, а также вовлечение в него аудитории. Помимо этого, мы выявили иные характерные черты дискурсивного формата телевизионного шоу, которые позволяют его идентифицировать в самых разных контекстах.

Во-первых, дискурсивный формат шоу имеет четкую структуру, благодаря которой телевизионное шоу всегда имеет предсказуемый эффект. Рассмотрим структурные компоненты шоу-программы на основе анализа наиболее популярных медиапродуктов («Пусть говорят», «Давай поженимся», «Прямой эфир», «Люблю, не могу», «Снимите это немедленно», «Свадебный размер»). Наиболее постоянными компонентами телевизионного шоу чаще всего выступают такие, как: строгий алгоритм представления, определенный тип ведущего, наличие постоянных ролей-образов, присутствие публики и/или приглашенных лиц с конкретными задачами (либо имитация публики через общение с телевизионным зрителем), наличие определенных способов привлечения внимания аудитории.

Во-вторых, дискурсивный формат телевизионного шоу характеризуется таким свойством, как смешение реального и виртуального. Нередко шоу-программа представляет возможность телезрителю почувствовать себя частью реальной ситуации, оказать на нее влияние, поучаствовать в событиях разыгрываемого представления. Медиатексты данного дискурсивного формата построены именно с акцентом на вовлечение в коммуникативное событие и шоу становится механизмом формирования реальности происходящих событий. Гости телешоу вступают в конфликты, признаются в чувствах, аудитория активно вступает в дискурсивное пространство шоу, а телевизионные зрители тем временем вступают в дискуссии, создают фан-клубы, чтобы выразить свои восторги или возмущения. Именно в рамках телевизионного шоу создается то, что Мануэль Кастельс называл «культурой реальной виртуальности» [1, С.91], в результате которой человек придает значимость одним событиям и не замечает иные. Медиадискурс шоу построен таким образом, что зритель погружается в создаваемую на телевидении реальность и, тем самым, виртуальное становится реальным. Телевизионное шоу переносит на экран отражение действительности и способствует определенному восприятию событий с попутной культурной оценкой происходящего. Реалистичность телевизионного шоу обеспечивается убедительностью ведущего, приглашением известных людей, прямыми трансляциями и правдивостью «историй» действующих персонажей шоу.

В-третьих, медиаформат телевизионного шоу, как и любой другой продукт телевизионного дискурса, насыщен яркими и запоминающимися образами, а также весьма визуализирован. С помощью визуальных образов (прежде всего, ведущего как ключевого дискурсивного элемента) телезрителю помимо всего прочего отправляется символическая информация: об идеалах, о моральных принципах, эстетических категориях и т.д., которая считывается зрителем попутно и неосознанно, смешиваясь с информацией основного назначения. Визуальные образы на телевидении, которые во многом заменяют вербальную (тестовую) информацию, обладают явным преимуществом в силу

специфики своего воздействия и доступности для массовой аудитории, однако человек воспринимает ее без особого критического отношения.

В заключении следует отметить, что элементы дискурсивного формата телевизионного шоу можно наблюдать в самых разных телевизионных передачах о спорте, о политике, о здоровье, о преобразовании тела или дома. С помощью элементов шоу нередко производится и телевизионная реклама. Даже серьезная информация в новостных передачах нередко преподносится с элементами шоу, когда ведущие вступают в диалог между собой или со зрителем, где акцент делается на эффектность и увлекательность в подаче материала. Темой для телевизионного шоу может стать все, что происходит с людьми. В частности, убийство знаменитого человека не просто обсуждается, но из него делается настоящее шоу. Причем дискурсивный формат телевизионного шоу не просто направлен на развлечение, но благодаря устойчивым медийным образам задает оценочные суждения, ценностные ориентации и поведенческие стереотипы зрителей, формируя тем самым современную медиакультуру.

Список литературы:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. Культура реальной виртуальности [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://polbu.ru/kastels_informepoch/ch48_i.html
2. Федотова Н.Г. Теория и культурные практики массовой коммуникации: Учебно-методическое пособие. Великий Новгород: НовГУ, 2008. 55 с.