

Е. С. Радионцева¹

✉ rakaty@yandex.ru

¹Омский государственный технический университет, г. Омск, Российская Федерация

Телепередачи о моде всегда в моде: форматобразующее ядро телевизионных fashion-программ

Аннотация: Статья посвящена выявлению форматобразующих признаков fashion-программ – «Модный приговор» (Первый канал) и «Рогов в деле» (СТС). Сегодня на разных телеканалах выходит в эфир достаточно много проектов, схожих по целому ряду признаков: функциям, предмету, методам отображения. Автор полагает, что наличие дублирующих друг друга телепроектов со временем приводит к формированию конкурентных преимуществ в контент-стратегии, укреплению позиции проекта в общественном мнении или же, наоборот, к его закрытию в связи с падением рейтинга. Анализ форматобразующих признаков двух шоу о моде показывает, что проекты о моде, несмотря на очевидные сходства в предмете отображения, функциях и методах подачи информации, базируются на разной форматобразующей основе. Именно это позволяет им успешно сосуществовать. Анализ эмпирической базы основан на методике применения основных составляющих, значимых для понимания и функционирования современного телевизионного контента, составляющих суть форматобразующих признаков современной телевизионной программы – это жанровые особенности, явление артизации, ценностные компоненты, принцип сериальности, образы ведущего и телезрителя. Анализ обозначенных выше особенностей позволяет выявить специфику форматобразующих признаков шоу о моде и увидеть уникальность каждого проекта.

Ключевые слова: Модный приговор, Рогов в деле, формат, форматобразующие признаки телепередач, fashion-программы, телевидение.

Дата поступления статьи: 26 августа 2022 г.

Для цитирования: Радионцева Е. С. (2023) Телепередачи о моде всегда в моде: форматобразующее ядро телевизионных fashion-программ. Наука о человеке: гуманитарные исследования, том 17, № 1, с. 51–59. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2023.17.1.5.

Scientific article

E. S. Radiontseva¹

✉ rakaty@yandex.ru

¹Omsk State Technical University, Omsk, Russian Federation

TV shows about fashion are always in fashion: the format-forming core of television fashion shows

Abstract: The article is devoted to identify the format-shaping features of fashion programs on domestic television – “Fashion verdict” (Channel One) and “Rogov in Deed” (STS). Today, on different TV channels in different thematic segments, a lot of projects are aired being similar in a number of ways: functions, subject and display methods. The author believes that the presence of overlapping TV projects over time leads to the formation of competitive advantages in the content strategy and the strengthening of the position of the project in public opinion. An analysis of the format-forming features of two fashion shows reveals that the projects, despite the obvious similarities in the subject of display, functions and methods of presenting information, are based on a different format-forming basis. This is what allows them to co-exist successfully. The analysis of the empirical base is built on the application of the main components being significant for the understanding and functioning of modern television content and that makes up the essence of the format-shaping features of a modern television program - these are genre features, the phenomenon of artization, value components, the principle of seriality, images of the presenter and viewer. The

© Е. С. Радионцева, 2023

analysis of the abovementioned features allows identifying the specifics of the format-shaping features of a fashion show and seeing the uniqueness of each project.

Keywords: Fashionable sentence, Rogov in action, format, format-forming features of television programs, fashion programs, television.

Paper submitted: August 26, 2022.

For citation: Radiontseva E. S. (2023) TV shows about fashion are always in fashion: the format-forming core of television fashion shows. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 17, no. 1, pp. 51–59. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2023.17.1.5.

Введение

Fashion-журналистика – яркое и самобытное направление в типологической системе СМИ. Оно сформировалось в XVIII веке и сразу стало востребованным у аудитории. Интерес потребителей способствовал активному развитию журналистики о моде. Дальнейший путь ее формирования связан с тематической дифференциацией и проникновением во все виды и каналы СМИ. Активное внедрение fashion-тематики в разные типологические сегменты привело к появлению близких по форматообразующим признакам проектов.

Сегодня эта тенденция – существование концептуально похожих телепередач – высвечивается во многих тематических направлениях. Мир «модной» журналистики был представлен близкими по формату проектами «Снимите это немедленно!» (СТС) и «Модный приговор» (Первый канал). Автомобильная тематика схожих телепередач транслируется в программах «Главная дорога» (НТВ) и «Первая передача» (НТВ). Криминальная тема прослеживается в «близких» проектах «Следствие вели...» (НТВ) и «Легенды советского сыска» (Звезда) и т. д.

Путь развития проектов-близнецов в сфере медиа – любопытный предмет для наблюдения и анализа. Закономерным и логичным представляется развитие проектов в направлении дифференциации. Именно это позволяет сформировать его уникальное концептуальное своеобразие. Параллельное существование «близнецов» на протяжении длительного времени практически невозможно: рано или поздно намечается лидер, который оттачивает свои концептуальные преимущества. В дальнейшем это приводит либо к закрытию одного из проектов, либо к новому концептуальному витку развития проекта.

Объектом нашего исследования были выбраны две близкие по форматообразующим признакам программы – «Модный приговор» (Первый канал) и «Рогов в деле» (СТС). Задача исследования – выявить концептуальное своеобразие программ и показать, что наличие уникального форматообразующего ядра позволяет даже близким по теме, функциям и предмету отображения телепроектам существовать успешно, в то время как форматообразующая «дублированность» телепередач приводит к снижению интереса одного из проектов. Именно это показано в публикации «Эмоциональные и эстетические ценности как основа популярности ТВ-программ: опыт сопоставительного анализа» на примере криминальных программ, когда концептуальное дублирование привело к снижению интереса к одной из телепередач и ее закрытию (Радионцева, 2022).

Гипотеза исследования заключается в том, что обе программы имеют собственное уникальное форматообразующее ядро, которое позволяет им – при всей видимой «схожести» – быть принципиально разными и неповторимыми. Это приводит к появлению на телевидении программ концептуально близких, однако при этом со своей уникальной концепцией, а значит, и неповторимой аудиторией.

Так, сегодня у программы «Модный приговор» (напомним, что в 2022 году ей исполнилось 15 лет) на основных площадках social media сосредоточено более 1 млн подписчиков, у программы «Рогов в деле» за чуть более чем 2-летнюю историю – почти 300 тысяч подписчиков (см. табл. 1). Динамика популярности, измеряемая в приросте аудитории, на социальных площадках у телепередач несопоставима. Таблица свидетельствует, что у каждой программы есть своя целевая аудитория, у которой программа вызывает интерес.

Подписчики в основных social media телепрограмм (дата обращения к ресурсам – 20.07.2022)

Subscribers in the main social media of TV programs (date of access to resources – 07/20/2022)

Телепрограмма	Instagram*, чел.	«В Контакте», чел.	YouTube, чел.
«Модный приговор»	406 000	606 590	726 (до 10 000 просмотров 1 передачи)
«Рогов в деле»	207 000 (@Рогов 24)	75 623	148 000

* Тверской суд Москвы 21 марта 2022 г. признал Instagram (Meta) экстремистской организацией и запретил ее деятельность в России, продукты Instagram и Facebook также запрещены на территории РФ.

Надо отметить, что сегодня телевидение переживает не лучшие свои времена, стремительно теряя былое влияние. Это прослеживается в снижении интереса аудитории, болезненных экономических и финансовых вопросах, которые все чаще тревожат отрасль. Об этом пишут в своих исследованиях Д. С. Мартьянов и Н. С. Подлеская в публикации «Конвергенция телевидения и Интернета в России: политический аспект» (Мартьянов, Подлеская, 2020), В. Л. Скобелев в материале «Современное состояние и развитие телепотребления в России» (Скобелев, 2019), Н. М. Розанова и А. В. Юшин в статье «Конкуренция в телевизионной отрасли: мировой опыт и российские реалии» (Розанова, Юшин, 2016). «Сегодня телевидению необходимо активно развиваться, чтобы не потерять доминирующее положение, которое оно заняло в середине XX века», – говорит А. А. Хлызова (Хлызова, 2016, с. 1114).

Ноты пессимизма в научных исследованиях относительно развития телеиндустрии перемежаются с оптимистичной позицией. В большинстве своем они связаны с перспективами развития альтернативных площадок и форм телевидения. Именно об этом говорит И. И. Шепелев (Шепелев, 2019), Н. А. Морщагина и Е. Б. Помогайбина (Морщагина, Помогайбина, 2020), А. Д. Евменов и И. Ю. Благова (Евменов, Благова, 2020), С. И. Шин (Shin, 2020) и мн. др.

Осмыслением тенденций в телевизионном мире сегодня занимаются разные исследователи (Белоусова, 2011; Вечканова, 2021; Дерягин, 2020; Евменов, 2020; Качкаева, 2010; Караева, 2020; Манскова, 2021; Морщагина, Помогайбина, 2020; Розанова, Юшин, 2016; Aldeman, 2021; Shaw, 2021), вскрывая проблемы и противоречия телевизионной отрасли и показывая перспективы ее развития. В целом же пока телевидение – один из наиболее устойчивых сегментов на рынке СМИ.

Методы

Сущность понятия «формат» в отечественной науке о журналистике активно обсуждалась в 2010-х годах на страницах научного журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика». По этому поводу в издании № 6 (2010) развернулась дискуссия, в которой приняла участие научная школа исследователей журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Понятие «формат» рассматривалось с разных позиций – теории журналистики и СМИ, языковых аспектов, относительно системы теле- и радиовещания, экономики СМИ. Спустя два года, опираясь на эти исследования, а также на другие научные труды, в журнале «Медиаальманах» вышла публикация, которая подвела итог развернувшейся дискуссии. В статье «Современное состояние теоретических представлений о формате СМИ» С. Степанян выделила основные теоретические подходы, определяющие содержание понятия «формат» в сфере СМИ. Она представила пять основных позиций и выделила технологический, психологический, феноменологический, содержательный и индустриальный подходы к понятию «формат»: «Многообразие подходов к интерпретации понятия “формат” в СМИ подразумевает несколько уровней анализа информации и методов работы с ней. Нам представляется важным учесть все наработки исследователей и, исходя из них, попытаться дать наиболее полное его определение: формат СМИ – стандарты организации информационного потока по заранее заданным критериям, которые оптимизируют

процесс серийного выпуска контента на определенной медийной платформе для целевой аудитории» (Степанян, 2012, с. 10).

Комплексным и системным представляется подход к понятию «формат» телевизионных программ Н. А. Захарченко (Захарченко, 2019). В своей работе «Современная телевизионная программа» она говорит о шести основных составляющих формата современной TV-программы. Основные особенности функционирования современного телевизионного контента она связывает с жанровыми метаморфозами, явлением артизации, ценностными ориентирами программы, принципом сериальности, образом ведущего и образом телезрителя. Именно эти особенности мы попытаемся осмыслить в ходе анализа программ «Модный приговор» и «Рогов в деле».

Результаты

Форматообразующие признаки телепрограмм «Модный приговор» и «Рогов в деле».

Жанровая специфика программ

Программа «Модный приговор» появилась на Первом канале в 2007 году. Через нейминг проект заявил о своей жанровой специфике, построенной на диффузии несочетаемых на первый взгляд основ: fashion-тематики и судебного заседания – все это в форме ток-шоу. За годы выхода программы формат практически не изменился. Героями телепередачи становятся женщины и мужчины, которых друзья или родственники обвиняют в отсутствии стиля. Суд идет в лице обвинителя Эвелины Хромченко, защитника (в разное время эту роль выполняли разные личности) и судьи Александра Васильева (на протяжении последних лет именно он выполняет эту роль). Жанр «Модного приговора» – шоу о моде и стиле или «модное шоу» – определяется исследователями однозначно (Степанян, 2012, с. 19).

Следует сказать, что Первый канал признается лидером на медийном рынке России по степени многочисленности, разнообразия, инвариантности развлекательных программ, к числу которых принадлежит и «Модный приговор». Только среди ток-шоу на Первом канале можно встретить огромное количество его разных инвариантных форм: романтическое шоу («Давай поженимся!»), интеллектуальное шоу («Умники и умницы»), кулинарное шоу («Смак»), судебное шоу («Федеральный судья»), музыкальное шоу («Достояние республики») и т. д. Представленный перечень не носит исчерпывающего характера, поскольку в ретроспективе можно найти и другие примеры разных видов ток-шоу. Телеканал «СТС», на котором выходила программа «Рогов в деле», тоже богат на разные жанровые формы ток-шоу и смело идет на эксперименты, внедряет новации. Это и интеллектуальное шоу «Самый умный», и шоу о моде «Снимите это немедленно!», и другие. Часть из них уже перестала выходить в эфир, часть продолжает интриговать телезрителей.

Представленные выше примеры показывают, что традиционная система телевизионных жанров в современных условиях оказалась не совсем жизнеспособной, отчасти невостребованной даже профессионалами. Пришло понимание, что самые интересные формы следует искать на стыке разных жанров. Иногда это приводит к тому, что конкретному жанру соответствует узкий, крайне ограниченный круг программ, а иногда только один проект. Так, «Модный приговор» – это единственное в своем роде ток-шоу в виде судебного заседания о стиле и моде.

Жанр программы «Рогов в деле», которая начала выходить в эфир на телеканале СТС в 2019 году, – мэйквер-шоу, или ток-шоу о преображении героини. Ведущий Александр Рогов подбирает участницам яркие образы и в процессе преображения помогает решить сложные жизненные ситуации – от ремонта жилья до консультации у семейного психолога или курсов по вождению. Жанровая концепция проекта читается через наименование: makeover дословно переводится как «косметика», «преображение». При этом ведущий не останавливается на визуальном преображении – его задача трансформировать и внутренний мир, дать толчок к изменению. Именно поэтому ведущему помогают специалисты других сфер: дизайнеры интерьеров, пластические хирурги, косметологи, психологи и т. д.

В силу того, что задача телепроектов связана с преображением, сюжеты программ близки – это путь к преображению. Продолжительность программ позволяет погрузить телезрителя в

проблему, показать процесс трансформации, подвести итог: 65 минут – продолжительность программы «Модный приговор», 48 минут – «Рогов в деле».

Таким образом, жанровое ядро – шоу – сближает программы, а сюжетное воплощение и сценическая интерпретация делают их отличными, непохожими друг на друга, выявляя уникальные жанровые разновидности проектов.

Артизация fashion-программ

Понятие «артизация» восходит к французскому art («искусство») и на современном этапе применительно к проектам телеиндустрии трактуется предельно широко. Традиционно под артизацией понимают наиболее зрелую форму массовой культуры, проявляющуюся в театрализации событий политической, общественной, культурной жизни и сопровождающуюся облечением тех или иных предметов, явлений жизни в зрелищные формы (Эстетика, 1989, с. 19). Функция этого явления – через зрелищные, игровые приемы преобразить реалии жизни в привлекательные и запоминающиеся, увести человека в мир благополучия, красоты, гармонии. Артизация создает иллюзорную картину мира. Театрализация действительности как творческий процесс становится здесь отличительной чертой.

Программа «Модный приговор» построена на активном внедрении в проект элементов артизации. Зрителя будто погружают в сюрреалистический мир. Этому способствуют яркие новые декорации, разработанные, кстати, к юбилею ведущего Александра Васильева, а именно: цвета, фактуры материалов, композиция. Надо отметить, что последняя смена интерьера – уже четвертая на пути в мир театральной фантазмагии «Модного приговора». Яркие декорации, четкие роли участников и героев, музыкальное сопровождение словно подчеркивают бутафорский характер шоу, делая его характерным и выразительным. При этом зрительный зал всегда полон, всегда аншлаг. В основе судебного шоу о моде – имитация спектакля, пересматривая который открываешь для себя что-то новое, неизведанное. Он погружает в особую атмосферу – красоты, эстетики, гармонии. Психологическая атмосфера этого действия настолько комфортна, что хочется разделять ее с создателями программы снова и снова. В этом – один из секретов популярности программы.

Телепередача «Рогов в деле» на первый взгляд далека от артизации. Не случайно она позиционирует себя как «реальное ТВ». Здесь прослеживается другая тенденция – показать жизнь такой, какова она есть, без прикрас. Программа насыщена элементами реальности – бабушки на лавочках у подъездов, читающие газеты (!); естественный беспорядок в помещении; красные от слез глаза героинь. Камера следует за героем в то жизненное пространство, которое осваивается в процессе преобразования героини. Однако тенденция на естественность – это тоже тенденция артизации, столь же актуальная и востребованная, как сценическое искусство. Она была взята на вооружение креативными директорами модных домов, чтобы сблизить моду с массовым потребителем, показать, как можно ее вписать в реальные образы. В последнее время в мире fashion она приобрела необычайную актуальность. Тренд мира моды использует и Александр Рогов. Добиться реальной картинки иногда значительно сложнее, чем создать бутафорию и сюрреалистический концепт.

Таким образом, можно констатировать, что явление артизации сегодня активно используется миром телевизионной fashion-индустрии, но преломляется по-разному. Без формирования своей, особой для каждой программы «реальности» невозможно погрузить в сюжет, а значит, нельзя добиться и эмоционального вовлечения телезрителя.

Ценности и принцип сериальности контента

Ценностные ориентиры, транслируемые сегодня СМИ и, если посмотреть шире, медиа в целом, оказывают на человека больше влияния, чем все традиционные институты – семья, школа, искусство, религия. Не случайно исследователи говорят о трансформации homo sapiens в media sapiens. Ученые тревожатся по поводу того, что нравственные категории добра, справедливости, чести, достоинства отходят на задний план, уступая место эпатажу, развлечению, сенсации.

Картина мира, создаваемая телевидением, базируется на виртуальных принципах, которые оказываются весьма жизнеспособны и влиятельны.

Развлекательная функция, которая лежит в основе fashion-программ, реализуется через целый спектр ценностных мотивов. В целом телепередачи о моде – это ценности красоты, эстетики, гармонии. Идеальный визуальный образ тесно связан с одеждой, поскольку она способна преобразить пропорции, приблизить к совершенству. Костюм создает визуальную оболочку, воспринимаемую социумом в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми культурой. Часто через визуальный образ человек стремится подкорректировать текст, передаваемый знаками тела.

Вместе с позитивными ценностями телепередачи о моде транслируют и ценности сомнительные с точки зрения традиционных общественных основ. В «Модном приговоре» они прослеживаются в зачине программы, когда родственники или друзья обвиняемого обращаются к модным экспертам за помощью. Показывается, что визуальный образ, а значит и ценности человека, оказываются для близких людей неприемлемыми. Телепрограмма показывает, что допустимо общественное осуждение визуального имиджа. Уровень этого осуждения настолько высок, что позволяет вывести его в публичную плоскость. Безусловно, границы моральных норм сегодня размыты. Нередко можно услышать осуждение внешнего вида и не заметить ужасного проступка. Можно ли считать ли такой подход нормальным? Вопрос остается открытым.

В программе «Рогов в деле» псевдоценностная позиция общественного осуждения не представлена. Здесь сами героини осознают свои визуальные несовершенства и просят у ведущего помощи в преображении. Давайте задумаемся, что скрывается за этой просьбой, какие ценности она транслирует. Нас, телезрителей, будто призывают критически относиться к своему внешнему образу, занижая свою самооценку, сомневаясь в себе. Это приводит к формированию неполноценной, неуверенной в себе личности.

Дальнейший путь преображения транслирует ценности эстетического плана. На их фиксацию приходится большая часть эфирного времени. Однако даже небольшой фрагмент телепередачи в самом начале способствует формированию неуверенности в себе, закладывает сомнения в близких, формирует отсутствие опоры в лице родных людей, заставляет сомневаться в себе и окружающих.

Безусловно, подобное начало – важный элемент в сюжетной игре программы, построенной на конфликте, который дает импульс и формирует динамику телепередачи. Получается, что традиционные ценности нивелируются в угоду рейтингу и частоте просмотров.

Более того, программы, построенные по принципу сериальности – а fashion-программы строятся именно по такому принципу, – фиксируют те элементы псевдоценностей, о которых говорилось выше, формируют медиазависимость потребителя. Стоит отметить, что *media sapiens* неравнодушен к сериалам – будь то детектив или криминальные многосерийные полотна, мелодраматический сюжет. Примета нашего времени – любовь и почитание сериальных проектов как в собственно сериалах, так и в телепродукции. Таким образом происходит закрепление ценностей.

Образ ведущего и образ телезрителя

Не секрет, что успех телевизионного проекта во многом зависит от ведущего. В медиaproстранстве современности личность ведущего сопоставима с актерской популярностью, влияющей на успех спектакля.

В программе «Модный приговор» роли ведущих четко дифференцированы: судья, защитник, обвинитель. В настоящий момент судья – Александр Васильев, защитник – Надежда Бабкина, обвинитель – Эвелина Хромченко. Четкое следование роли позволяет менять ведущих без внесения концептуальных изменений в проект. Именно поэтому, например, ведущими-судьями в разное время были Вячеслав Зайцев, Валентин Юдашкин, Денис Симачев, Дмитрий Харатьян, Алексей Ягудин, Николай Цискаридзе, Дмитрий Дибров, Валдис Пельш. Часть из них выступала

в роли ведущих всего один раз. Постоянные ведущие – эксперты в мире fashion, авторитет и известность которых не вызывают сомнений. Телезрителям интересно посмотреть, как личность ведущего преломляется в обозначенной роли, чем они ее обогащают и насыщают, насколько успешно справляются с ней в целом.

Совсем иные качества высвечивает ведущий программы «Рогов в деле». Представление ведущего, взаимодействие и общение с героями показывают, что для ведущего программа – это система самопрезентации. Ведущий – главный ее герой, чуткий и внимательный к людям, яркий собеседник, авторитетный эксперт. Он сочетает разные функции, создавая неповторимый динамичный образ. Зачастую его мнение, советы, реплики значительно интереснее, чем наблюдение за процессом преображения героини. Однако именно в этом и кроется недостаток телепередачи – ведущий становится незаменимым эпицентром сюжета. Его уход делает невозможным продолжение программы.

Таким образом, мы видим, что личность ведущего – это не просто определенная роль, это залог продолжительности жизни программы. Это центр притяжения аудитории и фокус ее внимания.

Форматообразующие особенности программ притягивают разную аудиторию и делают проект популярным у разных сегментов телезрителей (табл.).

Аудитория телепередач рассредоточена между разными социальными платформами. Учитывая разный возраст программ, можно сказать, что аудитория проекта «Рогов в деле» динамичнее, моложе, мобильнее; она охотнее объединяется в сообщества, пристально следя за своим кумиром. У каждой программы сформировался пул своих лояльных зрителей, которые любят программу и разделяют с ней ценности.

Выводы

Сравнительный анализ форматообразующих признаков близких на первый взгляд fashion-программ – «Модный приговор» (Первый канал) и «Рогов в деле» (СТС) – показал, что при всех сходствах у каждой программы есть свое форматообразующее ядро – концептуальный центр телепередачи. Оно основано на сочетании целого ряда параметров, наиболее значимыми из которых являются жанровые формы, сочетаемые с приемом артизации, образ ведущего/ведущих и ценностные ориентиры, транслируемые телепередачей. Вокруг форматообразующего ядра выстраиваются концептуальные доминанты, позволяющие телепрограмме быть отличной от всякой другой, близкой по теме, предмету и методам отображения. Индивидуальные особенности программы считываются телезрителями интуитивно и притягивают ту аудиторию, которая готова разделить с программой ее ценности и видение мира. Программы «Модный приговор» и «Рогов в деле» не являются дублерами с точки зрения форматообразующих признаков, а значит, можно утверждать, что подобные проекты имеют возможность жить и развиваться на отечественном телевидении в параллели.

Источники

- Белюсова М. Н. (2011) Современное состояние и тенденции развития жанров тележурналистики. Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика», № 1, с. 73–81.
- Вечканова М. С. (2021) Визуализация и интерактивность как тенденции современной социальной журналистики. Челябинский гуманитарий, № 2 (55), с. 43–49.
- Дерягин А. Ю. (2020) Современное состояние и тенденция развития жанров телевизионной журналистики. Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета: гуманитарные и общественные науки, № 1 (34), с. 116–121.
- Евменов А. Д., Благова И. Ю. (2020) Российский рынок цифрового аудиовизуального контента: анализ и прогноз развития. Петербургский экономический журнал, № 2, с. 6–15.
- Захарченко Н. А. (2019) Современная телевизионная программа. Самара, 88 с.
- Караева А. М. (2020) Обобщенный образ ведущего информационных телепрограмм (на материале исследования телеканала ННТ). Вопросы устойчивого развития общества, № 7, с. 276–282.
- Качкаева А. Г. (2010) Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 6, с. 42–51.
- Манскова Е. А. (2021) Проблемы трансформации медиастратегий российских региональных телекомпаний в условиях кризиса традиционных СМИ. Филология и человек, № 4, с. 140–147.

- Мартыянов Д. С., Подлесская Н. С. (2020) Конвергенция телевидения и интернета в России: политический аспект. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, том 16, № 1, с. 58–77.
- Морщагина Н. А., Помогайбина Е. Б. (2020) Особенности функционирования и перспективы отечественного телевидения в условиях активного развития Интернет-ресурсов. Петербургский экономический журнал, № 2, с. 69–81.
- Радионцева Е. С. (2022) Эмоциональные и эстетические ценности как основа популярности ТВ-программ: опыт сопоставительного анализа. Научный диалог, том 11, № 3, с. 247–263.
- Розанова Н. М., Юшин А. В. (2016) Конкуренция в телевизионной отрасли: мировой опыт и российские реалии. ЭКО, № 6, с. 168–181.
- Скобелев В. Л. (2019) Современное состояние и развитие телепотребления в России. Петербургский экономический журнал, № 1, с. 25–33.
- Степанян С. (2012) Современное состояние теоретических представлений о формате СМИ. Медиа-альманах, № 3 (50), с. 6–11.
- Хлызова А. А. (2016) Телевидение в условиях конвергенции СМИ на современном этапе. Ученые записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки, т. 158, книга 4, с. 1108–1122.
- Шепелев И. И. (2019) Перспективы развития современного телевидения. Academy, № 6 (45), с. 42–43.
- Эстетика: Словарь (1989). Под общ. ред. А. А. Беляева [и другие]. М., Политиздат, 446 с.
- Aldeman D. (2021) Introduction – New Perspectives on new television. Canadian Review of American Studies, vol. 51, iss. 3.
- Shaw C. (2021) Introduction : Television and nostalgia now. The Journal of Popular Television, Vol. 9, Iss. 3 (1), pp. 287–291.
- Shin S. I. (2020) Exploring a mobile phone user's attitude toward watching TV content on a mobile phone – uses and gratifications perspective. Information Technology & People, vol. 34, iss. 2.

References

- Aldeman D. (2021) Introduction – New Perspectives on new television. Canadian Review of American Studies, vol. 51, Iss. 3.
- Belousova M. N. (2011) Sovremennoye sostoyaniye i tendentsii razvitiya zhanrov telezhurnalistiki [Current state and trends in the development of television journalism genres]. RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism, no. 1, pp. 73–81 (In Russian).
- Deryagin A. Yu. (2020) Sovremennoye sostoyaniye i tendentsiya razvitiya zhanrov televizionnoy zhurnalistiki [The current state and development trend of the genres of television journalism]. Vestnik Rossiysko-Armyanskogo (Slavyanskogo) universiteta: gumanitarnyye i obshchestvennyye nauki – Bulletin of the Russian-Armenian (Slavonic) University: Humanities and Social Sciences, no. 1 (34), pp. 116–121 (In Russian).
- Estetika: Slovar' [Aesthetics: Dictionary] Under the general. ed. A. A. Belyaeva [and others]. Moscow, Publ. Politizdat, 1989. 446 p.
- Evmenov A. D., Blagova I. Yu. (2020) Rossiyskiy rynek tsifrovogo audiovizual'nogo kontenta: analiz i prognoz razvitiya [Russian digital audio-visual content market: analysis and forecast of development]. Peterburgskiy ekonomicheskiy zhurnal – Petersburg Economic Journal, no. 2, pp. 6–15 (In Russian).
- Kachkaeva A. G. (2010) Zhanry i formaty sovremennogo televideniya. Posledstviya transformatsii [Genres and formats of modern television. Consequences of transformation]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, no. 6, pp. 42–51 (In Russian).
- Karaeva A. M. (2020) Obobshchennyi obraz vedushchego informatsionnykh teleprogramm (na materiale issledovaniya telekanala NNT) [A generalized image of the presenter of informational television programs (based on the study of the NNT channel)]. Issues of sustainable development of society, no. 7, p. 276–282.
- Khlyzova A. A. (2016) Televideniye v usloviyakh konvergentsii SMI na sovremennom etape. Uchenyye zapiski Kazanskogo universiteta [Television in the conditions of media convergence at the present stage]. Scientific notes of Kazan University. Humanities Series, vol. 158, Book 4, pp. 1108–1122 (In Russian).
- Manskova E.A. (2021) Problemy transformatsii mediastrategiy rossiyskikh regional'nykh telekompaniy v usloviyakh krizisa traditsionnykh SMI [Problems of transformation of media strategies of Russian regional TV companies in the context of the crisis of traditional media]. Filologiya i chelovek – Philology and Man, no. 4, pp. 140–147 (In Russian).
- Martyanov D. S., Podlesskaya N. S. (2020) Konvergentsiya televideniya i interneta v Rossii: politicheskiy aspekt [Convergence of television and the Internet in Russia: a political aspect]. Political expertise: POLITEX, vol. 16, no. 1, pp. 58–77 (In Russian).
- Morshchagina N. A., Pomogaibina E. B. (2020) Osobennosti funktsionirovaniya i perspektivy otechestvennogo televideniya v usloviyakh aktivnogo razvitiya Internet-resursov [Features of the functioning and prospects of domestic television in the context of the active development of Internet resources]. Petersburg Economic Journal, no. 2, pp. 69–81 (In Russian).
- Radiontseva E. S. (2022) Emotsional'nyye i esteticheskiye tsennosti kak osnova populyarnosti TV-programm: opyt sopostavitel'nogo analiza [Emotional and Aesthetic Values as Basis for Popularity of TV Programs: Contrastive-Comparative Experience]. Nauchnyi dialog, vol. 11, no. 3, pp. 247–263 (In Russian).

- Rozanova N. M., Yushin A. V. (2016) Konkurenciya v televizionnoy otrasli: mirovoy opyt i rossiyskiye realii [Competition in the television industry: global experience and Russian realities]. ECO Journal, no. 6, pp. 168–181 (In Russian).
- Shaw C. (2021) Introduction : Television and nostalgia now. The Journal of Popular Television, vol. 9, Iss. 3 (1), pp. 287–291.
- Shepelev I. I. (2019) Perspektivy razvitiya sovremennogo televideniya [Prospects for the development of modern television]. Academy, no. 6 (45), pp. 42–43 (In Russian).
- Shin S. I. (2020) Exploring a mobile phone user's attitude toward watching TV content on a mobile phone – uses and gratifications perspective. Information Technology & People, vol. 34, Iss. 2.
- Skobelev V. L. (2019) Sovremennoye sostoyaniye i razvitiye telepotrebleniya v Rossii [Current state and development of television consumption in Russia]. Petersburg Economic Journal, no. 1, pp. 25–33 (In Russian).
- Stepanyan S. (2012) Sovremennoye sostoyaniye teoreticheskikh predstavleniy o formate SMI [The current state of theoretical ideas about the media format]. MediaAlmanah Journal, no. 3 (50), pp. 6–11 (In Russian).
- Vechkanova M. S. (2021) Vizualizatsiya i interaktivnost' kak tendentsii sovremennoy sotsial'noy zhurnalistiki [Visualization and interactivity as trends in modern social journalism]. Chelyabinskij Gumanitarij, no. 2 (55), pp. 43–49 (In Russian).
- Zakharchenko N. A. (2019) Sovremennaya televizionnaya programma [Modern television program]. Samara, 88 p.

Информация об авторе

Радионцева Екатерина Сергеевна

Кандидат филологических наук, доцент кафедры истории, философии и социальных коммуникаций. Омский государственный технический университет, г. Омск, РФ.
ORCID iD: 0000-0002-2248-198X.
E-mail: rakaty@yandex.ru

Autor's information

Ekaterina S. Radiontseva

Cand. Sc. (Philol.), Associate Professor of the Department of History, Philosophy and Social Communications. Omsk State Technical University, Omsk, Russian Federation.
ORCID iD: 0000-0002-2248-198X.
E-mail: rakaty@yandex.ru