

*Галина Арсентьева*

Казанский федеральный университет

© Г. Арсентьева

## **СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ШОУ-ПРОЕКТОВ КАК РЕЧЕВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

*Аннотация*

Современное российское телевидение, следуя законам рынка, делает ставку на развлекательный контент, который активно развивается последние два десятилетия. Одним из главных направлений развлекательного ТВ стало появление в сетке вещания телевизионных шоу-проектов, отличающихся масштабностью по затраченному на них бюджету, времени выхода в эфир и географии участников. В данной статье затрагивается речевая сторона таких программ, выделяются и характеризуются стилистические особенности телешоу, которые рассматриваются в качестве речевой тенденции современного российского ТВ.

*Ключевые слова:* телевидение, развлечение, шоу-проект, стилистика, речь, язык, тенденция.

*Abstract:*

Following the market rules, Russian TV makes a bet on entertainment, which has been being developed a lot for the last two decades. TV-show-program has become one of the main directions of entertainment TV. These programs have large-scale budget, massive airtime and wide geography of participants. The language and stylistics features of TV-show affected in this article and considered as a speech trend of modern Russian TV.

*Keywords:* television, entertainment, TV-show, stylistics, speech, language, trend.

Российское телевидение последние двадцать лет представляет собой многофункциональную и разноплановую систему, которая достаточно активно видоизменяется, трансформируя медиасистему страны в целом. По данным разных исследователей и теоретиков медиакommunikаций, основные причины этого явления – коммерциализация медиасистемы и переход на цифровое вещание электронных СМИ. При этом телевидение, как совокупность телеканалов, играет в стране особую роль благодаря российскому менталитету, общедоступности и универсализму.

Очевидно, что видоизменения касаются всех аспектов телевидения, в частности, наполнения телевизионных каналов. Как отмечается в книге «Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития» под общей редакцией Е. Вартановой и В. Коломийца, «развлекательный контент широкого профиля доминирует у большинства общедоступных каналов. Их основное программное наполнение – фильмы, сериалы, юмористические и развлекательные программы, документальные фильмы и т. д. И, хотя многие из них имеют определенную тематическую, жанровую и стилистическую специализацию и даже аудиторную нишу, в целом они являются достаточно универсальными развлекательными каналами» [1].

Несмотря на огромную актуальность тем жанровой миграции и трансформации, а также влияния непрерывного массового развлечения на социум, в рамках данной тематики нас интересует качество развлекательного телевизионного контента, в частности, особенности речевой стилистики телевизионных шоу-проектов.

Если язык – это система, то речь носит ярко выраженный функциональный характер и выстраивает определенную культуру внутри себя. Большинство исследователей сходятся во мнении, что речь находится в постоянном движении. Самая подвижная часть речи – обиходно-бытовая. Она вбирает в себя элементы разных стилей, наделяет их новой семантикой, дополняет морфологическими и орфоэпическими вариантами. Все чаще телевизионную речь в теоретических исследованиях выделяют в отдельный вид речи. Стилистика относит ее к варианту публицистического стиля, который имеет четко обозначенные границы. Однако, в связи с тем, что телевидение давно перестало выполнять только информационную и просветительскую функции, речь ведущих и журналистов на телевидении все больше приближается к разговорной, а в телевизионных шоу является таковой почти постоянно. Именно поэтому ее влияние на национальный язык огромно. Таким образом, телевизионная речь интересна как явление современной речевой действительности, а речь в телевизионных шоу-проектах особенно. При этом следует отметить неоднородность телеречи в рамках одной телевизионной программы. Для телевизионных шоу это также характерно [2].

Сегодня такой род телевизионных программ имеет высокие рейтинги, поэтому телеканалы вкладывают огромные средства в их производство и поиск новых идей и решений. Относятся телевизионные шоу-проекты к категории развлекательного телевидения и отличаются длительными периодами вещания, разбиваясь на серии, которые впоследствии формируются в сезоны в зависимости от успешности проекта. Чаще всего, в основе идеи таких телепроектов лежит конкурсное соревнование, оцениваемое экспертами в той или иной области. Каждая программа

впечатляет масштабностью охвата как по количеству участников, так и по количеству зрителей, в центре шоу – ведущий, обладающий харизмой и умеющий удерживать внимание аудитории два или даже три часа эфира. Таким образом, продюсеры телепроектов полностью соблюдают законы медиарынка, следуя единственной цели – повышению рейтинга телепроекта и телеканала в целом. Идут телевизионные шоу в горячий прайм-тайм – вечером в пятницу или субботу.

К таким телевизионным проектам относятся «Голос»<sup>1</sup> на Первом канале и «Танцы на ТНТ»<sup>2</sup> как наиболее яркие примеры традиционных для последних лет телевизионных шоу-проектов, стилистические особенности речи которых представляют интерес для исследователя, основывающегося на картине современной медиасистемы.

Речевое наполнение в вышеуказанных программах не имеет главной роли по причине общего музыкального формата передач: в и том, и в другом телешоу участники соревнуются либо в пении, либо в танцах. При этом, именно речевая стилистика делает эти передачи узнаваемыми, выделяет ведущего, соответствует общей речевой подаче на телеканале. Мы выделили несколько основных стилистических приемов и речевых особенностей телешоу, характеризующих языковые тенденции современного развлекательного телевидения. Далее мы остановимся на каждом из них более подробно.

Доминирующей характеристикой речи в телевизионных шоу является **абсолютная разговорность**, влекущая за собой несколько речевых особенностей, о каждой из которых стоит сказать отдельно. Прежде всего, это речевая небрежность, обусловленная импровизацией (*Моя хорошая, тебе не стыдно?* [3]). Все ситуации, в которых находятся участники эфира, позиционируются как заранее неподготовленные, поэтому речь спонтанна, наполнена хезитационными паузами, неологизмами, образованными морфологическим способом, речевыми ошибками, излишними заимствованиями, а иногда и речевыми оборотами, ставящими говорящего в тупик, из которого они вынуждены тут же искать выход: *Да, согласен, это была глупая шутка, проехали* (длительная пауза хезитации) [4]...

---

<sup>1</sup> «Голос» — вокальное телевизионное шоу, с 2012 года выходящее на «Первом канале» по пятницам после программы «Время» с начала сентября по конец декабря. Российская адаптация оригинального формата The Voice, который впервые появился в 2010 году в эфире голландского телевидения на канале RTL4 как The Voice of Holland.

<sup>2</sup> «Танцы» — телевизионное шоу, стартовавшее на канале ТНТ в августе 2014 года. Участники проекта борются за звание лучшего танцора России и главный приз. В качестве хореографов-наставников выступают Егор Дружинин и Мигель. Выпуски выходят в эфир по субботам в 21:30.

Разговорность несет и общее **снижение лексики** в таких телепроектах:

*Ну че ты реवेशь, я не верю твоим слезам...[5] // Они классные! [6] // Это дерьмо, но ты в «Танцах»... [7] // Какая тёлка! [8] // Я смотрел и даже подвывал...пытался какие-то интервалы пропеть, так что Александр Борисович сказал: «Заткнись уже!» [9] // и т.д.*

Телевизионные шоу-проекты характеризуются также **неровным темпом речи**, который, в целом, гармонирует с общей направленностью программ, имеющих большое количество участников эфира. Темп речи в таких программах противоположен тому темпу, который присутствует в информационных программах - ровному, чаще быстрому. Начало телешоу отличает медленный, даже вязкий темп, который призван подготовить зрителей к предстоящему действию и заранее указать на его значимость:

*Каждую пятницу (пауза) на Первом канале (пауза) только живой звук и, главное (пауза), только живые эмоции. Дамы и господа (пауза), леди и джентльмены! Меня зовут Дмитрий Нагиев. Добро пожаловать на главный (пауза) вокальный (пауза) проект страны «Голос» (долгие аплодисменты). Мы продолжаем этап «Поединки». Сейчас (пауза) на эту сцену (пауза) будут выходить по два человека (пауза) от каждой (пауза) команды. Они споют дуэтом, после чего (пауза) в проекте (пауза) останется только (пауза) один. Просто (пауза)? Да (пауза). Но ведь мы выбираем лучший (пауза) голос (пауза) страны [10].*

На телеканале иного формата - ТНТ - паузы заполняются эмоциональными репликами участников эфира:

*Сегодня (заполненная пауза) начнется борьба (заполненная пауза) за свою мечту (заполненная пауза). 186 претендентов (заполненная пауза) и только один шанс [11].*

Медленный речевой темп в начале программы периодически сменяется быстрым, иногда очень быстрым темпом речи ведущих; телешоу при этом, как уже было сказано выше, имеет большое количество участников, у каждого из которых свои речевые особенности и собственный речевой темп.

Юмор и оптимизм либо, напротив, излишний трагизм речи в телевизионных шоу-проектах в рамках одного эфирного времени позволяет нам говорить об **изменчивой интонационной картине речи** в программах подобного типа:

*Кстати, у наших наставников есть шанс (повышение интонации) спасти вылетевшего участника и забрать его себе в команду. Для этого надо лишь нажать кнопку [12].*

Целесообразны два подхода к изучению эмоциональности речи в телешоу: с одной стороны, речевая эмоциональность ведущего-профессионала, с другой, речевая эмоциональность конкурсантов и экспертов – непрофессионалов в области ТВ. В разных случаях речевая эмоциональность носит разный оттенок и преследует разные цели. К примеру, эмоциональность участников не имеет цели удерживать зрителя у экрана, а потому может считаться более искренней, и, что объяснимо, именно она привлекает к себе внимание. При этом ровные интонации также могут присутствовать в рамках одной программы – их зритель слышит от ведущего в информационной части передачи, а также от экспертов и участников, которые дают комментарии или говорят о чем-то, что носит информационный характер.

Телевизионные шоу масштабны не только по затраченному на них бюджету телекомпаний и общего эфирного времени, но и по территориальному охвату: как правило, география участников выходит далеко за пределы России. Это, в свою очередь, формирует еще одну особенность телеречи шоу-проекта – **многообразие стилистических форм**, куда мы относим и орфоэпическое многообразие, обусловленное влиянием диалектов или акцента некоторых конкурсантов, разным уровнем речевой и произносительной подготовки участников телеэфира.

Каждый из глобальных проектов российских телеканалов вплетает в речевую картину выпусков/серий **рекламные тексты**, которые произносятся ведущими этих шоу (*Если вы еще не скачали приложение Голос, сделайте это прямо сейчас!* [13]). Кроме того, небольшая заранее подготовленная речевая часть (чаще всего, в исполнении ведущих шоу) включает тексты саморекламы и промоушна, призванные создать ауру огромной значимости данного телепроекта (*Сегодня они начнут реальную борьбу за звание лучшего танцора страны!* [14]).

Отметим, что эти и некоторые другие стилистические особенности телевизионных шоу справедливы для многих программ, находящихся в нише развлекательного ТВ страны, которое, в силу коммерческих интересов телеканалов, сегодня преобладает. Обратим внимание также и на то, что снижение лексики, рекламная структура текстов, многообразие орфоэпических форм, интонационная изменчивость, появление неологизмов и некоторые другие речевые особенности характерны для современной телевизионной речи в целом, независимо от жанров, форм и целей вещания. Поэтому стилистику телевизионных шоу можно рассматривать как речевую тенденцию современного телевидения, а также в качестве речевого среза каждого конкретного телеканала.

Изучение всех тенденций развития телевидения и, в частности, речевых тенденций, представляется достаточно необходимым мероприятием с учетом сильной суггестивной направленности телевидения, т.е. его способности к внушению. Как утверждает психолог С.А. Зелинский в статье «Современное российское телевидение через призму психологического анализа», если ослабить контроль цензуры психики, то удастся сразу переводить информацию из внешнего мира в сознание, причем попутно она откладывается в подсознании: «В подсознании откладывается любая информация, которая проходит в спектре действия репрезентативных (визуальной, аудиальной, кинестетической) и сигнальных систем (чувства, речь)» [15]. В перспективе, на основе имеющихся данных представляются актуальными исследования в области психолингвистики, исторического речевого анализа и социологические исследования больших аудиторных групп на предмет влияния телевизионной речи на обиходно-бытовую речь и, как частный случай, вклад в это влияние авангардного направления современной телевизионной политики – телевизионных шоу-проектов.

#### *Литература и источники:*

1. Телевидение как сегмент медиасистемы России: Глава из книги // Отраслевой доклад Управления телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям: «Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития». Под общей редакцией Е.Л. Вартановой, В.П. Коломийца. - Москва, 2010. ISBN 978-5-904427-06-1. // <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2708&level1=main&level2=articles> //
2. Мастерство эфирного выступления: Учеб. пособие // Б.Д. Гаймакова, С.К. Макарова, В.И. Новикова, М.П. Оссовская. – М.: Аспект Пресс, 2004. – с. 106
3. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 10.10.2015
4. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 10.10.2015
5. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 10.10.2015
6. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 10.10.2015
7. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 26.09.2015
8. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 26.09.2015
9. Голос, Первый канал, 4 сезон, выпуск от 23.10.2015
10. Голос, Первый канал, 4 сезон, выпуск от 23.10.2015
11. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 24.10.2015
12. Голос, Первый канал, 4 сезон, выпуск от 23.10.2015
13. Голос, Первый канал, 4 сезон, выпуск от 23.10.2015

14. Танцы на ТНТ, 2 сезон, выпуск от 24.10.2015

15. Современное российское телевидение через призму психологического анализа:       Статья       //       С.А.       Зелинский       //  
<http://psyfactor.org/lib/telezomby2.htm>