

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**Факультет международной журналистики
Кафедра «Аудиовизуальная журналистика и массовые
коммуникации»**

КУРСОВАЯ РАБОТА

по курсу «Тележурналистика»

на тему

**«ВЕЩАТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА МУЗЫКАЛЬНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ
КАНАЛОВ»**

(на примере телеканалов «RU TV» и «Наво»)

Выполнила: студентка 304 группы

Зайнуддинова Нодира

Принял: А. Матьякубов

Ташкент- 2013

План

ВВЕДЕНИЕ

- 1. Основы программной политики на музыкальных телеканалах**
- 2. Принципы формирования сетки вещания**
- 3. Жанрово-тематическое наполнение эфира**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Список использованной литературы

ВВЕДЕНИЕ

Со времен зарождения человечества музыка всегда была неотъемлемой частью его существования и культурного самоопределения. Благодаря техническим инновациям проникновение музыки в жизнь современного человека максимально: человек становится потребителем музыки повсюду и в любом формате. Телевидение - один из важнейших и незаменимых ресурсов распространения музыки и музыкальной культуры в мире.

Становление музыкального телевидения началось с освоения уже существующих музыкальных жанров (выступление, концерт, музыкальный спектакль). История отечественного музыкального телевидения тесно связана с развитием телевидения вообще. С момента возникновения телевидения произошли глобальные изменения в общественно-политической жизни страны, в системе отечественных СМИ. Децентрализация и коммерциализация отечественного вещания, глобализация и появление новых технологий в сфере массовых телекоммуникаций— все эти факторы оказали непосредственное влияние на современное состояние музыкального телевидения, а последствия изменений до сих пор не изучены. «Музыкальное ТВ» - понятие многозначное. Под ним понимается и система музыкальных передач на универсальных и адресных каналах, и система музыкальных жанров на телевидении. Мы в данной работе под понятием «музыкальное телевидение» будем подразумевать специализированные телевизионные каналы, которые содержат программы только музыкальной тематики или ориентированы только на определённую аудиторию зрителей. Современные тенденции функционирования музыкальных телеканалов сегодня наиболее ярко проявляются через вещательную политику, проводимую ими.

Вещательная политика современного музыкального телевидения быстро меняется, стараясь не отставать от перемен во вкусах аудитории, отражать технологические новшества и не терять конкурентоспособности. Музыкальные телеканалы не устают обновлять свой имидж. В погоне за рейтингом вещатели зачастую забывают о социальных функциях телевидения. И как показывает практика, сетка вещания многих отечественных и зарубежных музыкальных каналов не всегда соответствует пожеланиям аудитории. Этим, на наш взгляд, и определяется **актуальность** выбранной нами **темы**.

В условиях, когда наиболее остро встает проблема сохранения национальной и культурной идентичности, роль телевидения, являющегося наиболее влиятельным генератором массовых общественных образов, возрастает. Современное музыкальное телевидение претерпевает изменения, интенсивно формирует новые принципы функционирования, приемы работы, механизмы взаимодействия с аудиторией. Изменяющаяся программная политика каждого канала в отдельности является отражением перемен, происходящих на медиарынке в целом.

Цель работы состоит в выявлении программных, тематических и жанровых особенностей современного музыкального телевидения, в изучении тенденций в его развитии.

В основные **задачи исследования** входит:

- определение понятий «музыкальное телевидение», «программирование на телевидении»;
- рассмотрение основных направлений программной политики на музыкальных телеканалах;
- исследование факторов, влияющих на составление сетки вещания;
- анализ жанрово - тематической наполненности исследуемых музыкальных каналов;

- определение путей оптимизации вещания в соответствии с потребностями аудитории.

Объектом курсовой работы являются музыкальное телевидение как совокупность музыкальных телепрограмм на отечественных и зарубежных специализированных эфирных музыкальных телеканалах, ориентированных на массовую аудиторию и молодежь.

Предмет данной работы составляет вещание телеканала России «RU TV» и узбекистанский канал «Наво» за ноябрь-декабрь 2013 г. Выбор именно этих специализированных телевизионных каналов обусловлен тем, что оба они сравнительно недавно стали вещать на медийном пространстве, и оба придерживаются сугубо национального музыкального контента.

1. Основы программной политики на музыкальных телеканалах

Программированием на телевидении называют формирование и распределение контента в эфирной сетке. Основная задача программирования – максимизировать аудиторию канала, сформировав и наполнив программную сетку в соответствии с запросами аудитории и с учетом возможностей телеканала.

Существуют различия в организации программной политики на государственном, общественном и коммерческом телевидении. Государственное телевидение является инструментом для идеологического обеспечения проводимой властью политики, в соответствии с чем, особое внимание уделяет перспективному и жесткому календарному планированию. Общественное телевидение, насколько это возможно, свободно от денежной зависимости и от необходимости вести идеологическую пропаганду. Для коммерческого телевидения особенностью является получение прибылей от рекламы, поэтому программная политика построена на получении прибылей через определение и удовлетворение массового спроса на контент.

Мы в данной работе будем рассматривать программирование для национальных и коммерческих музыкальных каналов. Результатом выстроенной программной политики, опирающейся на собственное понимание каналом своей миссии и на изучение спроса аудитории, является сетка вещания. Она необходима для четкого структурирования эфира: показывает соотношение и временные параметры программ, дает возможность соотносить время выхода с активностью различных сегментов аудитории, показывает соотношение разовых и цикловых телепередач. Составляются месячные, квартальные и годовые сетки программ, на основе которых осуществляется закуп или производство программной продукции. Сетка программ является

стратегическим документом, поскольку отражает программную политику канала и показывает объемы контента, необходимые для наполнения эфира. На рисунке 1 показан пример недельной сетки программ.

Время		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
6:00	7:00							
7:00	8:00							
8:00	9:00							
9:00	10:00							
10:00	11:00							
3:00	4:00							
4:00	5:00							
5:00	6:00							

Рис. 1. Сетка программ.

Как видно из рисунка, в сетке указано почасовое время размещения программ, однако существуют и более детальные сетки, учитывающие рекламные блоки и небольшие программы. Программы размещаются в сетке соответственно времени и дню недели, что позволяет видеть недельное размещение программ в эфире. Несмотря на то, что сетка программ является стратегическим документом, недельную сетку публикуют в открытой печати: в такой сетке программы нескольких телеканалов размещают по дням недели.

При программировании особое значение предается объему аудитории в тот или иной момент времени. Рассмотрим особенности телевизионного просмотра в течение суток, показанные на рисунке 2.

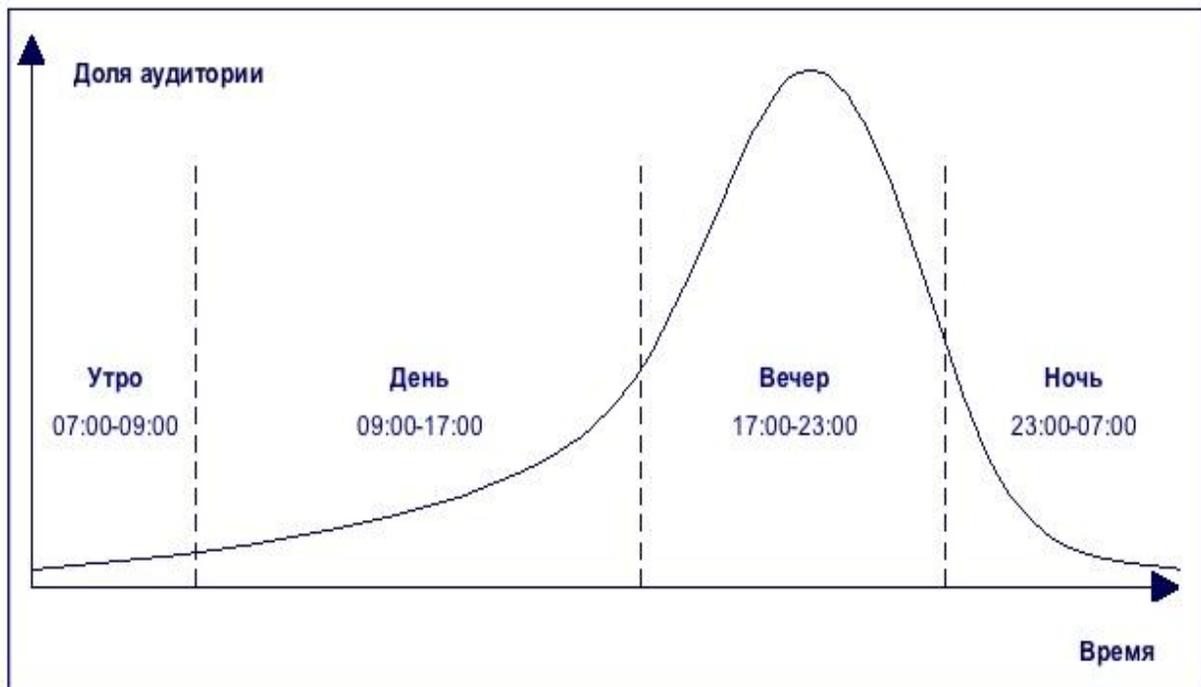


Рис. 2. Динамика аудитории в зависимости от времени суток.

Как видно из рисунка 2, доля аудитории медленно растет в течение дня, а в вечернее время резко поднимается. Периоды теле- просмотра (part-time), учитываются в программировании и подразделяются на прайм- тайм (prime-time) и офф-тайм (off-time). Выделяют четыре характерных промежутка теле- просмотра: утро – с 07:00 до 09:00, день – с 09:00 до 17:00, вечер – с 17:00 до 23:00 и ночь – с 23:00 до 07:00. Прайм- таймом на телевидении является период с 17:00 до 23:00¹.

Программирование сетки начинается с прайм- тайма в будние дни с понедельника по четверг: по объему потраченных на контент средств, временной промежуток с 19:00 до 23:00 в несколько раз превышает стоимость программ, размещаемых в оставшееся время.

¹Дашевская И. Масс медиа. Программирование на ТВ// *Cайт Broadcasting.Ru-2009*

Следующими программируются выходные дни и вечер пятницы. Прайм-тайм выходных дней считается самым значимым периодом, поэтому премьерные фильмы и наиболее популярные развлекательные музыкальные программы размещают в сетке вечернего эфира пятницы, субботы и воскресенья. Далее происходит построение дневного эфира выходных, а затем – формируется сетка будних дней: утро, день и ночь.

Изменение общей картины теле- просмотра может происходить из-за важных событий, праздников, сезонности. Влияние сезонности на теле- просмотр настолько существенно, что большинство телекомпаний используют годовое двух сезонное программирование: осенне-зимний (сентябрь-май) и весенне-летний (июнь-август) периоды. В летний период программы, требующие больших затрат на производство, убирают из эфира, а весь персонал, работающий на программе, отправляют в творческий отпуск. Новый сезон на телевидении начинается в период повышения деловой активности – в сентябре. К этому моменту обновляется эфир: некоторые программы исчезают из эфирной сетки, другие, наоборот, появляются.

Различают два принципиальных подхода к программированию: активный и пассивный². Сетка активного программирования составляется без учета размещения программ на конкурентных каналах. Более того, активное программирование направлено на формирование новых предпочтений аудитории с учетом изменений на медийном пространстве. Обычно такое программирование используется телеканалами, имеющими сильные позиции на рынке и обладающими значительными ресурсами. Предмет нашего анализа – телеканал «RU TV» - таковым и является.

Пассивное программирование остается на долю новых телеканалов, выходящих на медиа рынок, либо каналов, ориентированных на узкую

² Борецкий Р.А. О некоторых аспектах программирования на телевидении. //Журналист, 1998, №2, с. 48

аудиторию. Для пассивного подхода к программированию характерна ориентация на существующие особенности теле- просмотра и на устоявшийся формат. К примеру, недавно запущенный в эфир телеканал «Наво» практикует пассивное программирование, используя частично концепцию закрытого «ТВ-марказ» и канала «Ёшлар», в рамках которого он и функционирует с 11 декабря сего года.

Музыкальные телеканалы используют несколько вариантов размещения программ в телевизионном эфире: вертикальное, линейное и блоковое. В соответствии с вертикальным программированием, телевизионная передача ставится в сетку вещания один раз в неделю. Линейный подход к программированию полагает размещение программы ежедневно в одно и то же время; исключения составляют выходные дни, когда телесмотрение меняется и программы размещаются в эфире согласно изменениям в просмотре. Однако оптимальным считается программирование по блокам, когда одни и те же программы повторяются в эфире телеканала несколько раз в течение дня. Обычно такие программы формируются в блоки по четыре-пять часов и повторяются несколько раз в течение суток. Такое унифицированное программирование из укрупненных элементов весьма прогрессивно, так как в нем заложена возможность структурировать стихийный просмотр и ввести оптимальную производственную дисциплину на всех этапах создания программ.

2. Принципы формирования сетки вещания

В условиях того обилия передач, рубрик, блоков, предлагаемых сегодня телевизионным экраном, каждодневная практика ТВ выдвигает настоятельную потребность выявления принципов формирования сетки вещания – как важной составляющей программной стратегии музыкального канала. Ведь программирование, как показывает изучение опыта функционирования ведущих телекомпаний мира, - важнейший индикатор профессионализма и экономического положения современного телеканала. В формировании сетки вещания на телевидении, особенно на специализированных станциях, существенную роль играет формат канала. Понятие формата как концепции вещания пришло на отечественное телевидение из России, а туда- из США. Вместе с термином были заимствованы и формы организации музыкальных программ, и сами модели вещания, функциональная направленность на определенные группы аудитории. Подчеркнем одно важное обстоятельство в «эфирной жизни» форматов. Главным стратегическим критерием в их программной политике, в ориентации передач на аудиторию, служит возраст. Не случайно поэтому большинство музыкальных каналов ведущих стран мира делают ставку на молодежь. Не менее важным фактором формирования сетки вещания на музыкальном телевизионном канале является учет ситуации на телерынке, т.е. особенностей вещания конкурирующих телевизионных станций.

Среди факторов, влияющих на программирование музыкального телеканала, также можно выделить:

- уровень его технической оснащенности;
- степень раскрутки и размеры финансирования.

В процесс программирования входит определение темпа вещания, составление сетки вещания, разработка манеры поведения ведущих передач и многое другое.

Сетка вещания музыкального канала формируется из следующих элементов:

- выпусков новостей;
- музыки (в форме музыкальных передач, видеоклипов и т.п.) ;
- рекламы;
- элементов «оформления» эфира: анонсов передач, заставок, рекламы ведущих программ и пр.

Существуют следующие подходы к размещению программ в эфире на музыкальных телеканалах:

- Группировка. Этот прием программирования предполагает размещение в эфире нескольких сильных программ одного типа, которые последовательно ставятся друг за другом в сетке для удержания единой для них аудитории.
- Подвешивание. При этом подходе между двумя успешными программами помещается новая, мало известная или менее популярная программа;
- Контрпрограммирование. Если у конкурирующего телеканала идет рейтинговая программа, в этот же слот ставится аналог программы-конкурента, чтобы привлечь зрителей конкурентного канала на свое телевизионное поле;
- Бесшовный переход означает, что между следующими друг за другом программами не помещают межпрограммных вставок (рекламные блоки, межпрограммные заставки, собственную рекламу телеканала), за время которых зрители могли бы переключиться на другой канал;
- Перетекание. Предполагает плавный переход от одной программы к другой – например, ставить после мультипликационного фильма аналитическую программу нельзя, поскольку аудитория этих программ

кардинально разная; если такой переход неизбежен, необходимо использовать межпрограммные заставки;

- Естественное течение аудитории. Данный подход учитывает, что большая часть аудитории остается после предыдущей программы, а не переходит с других каналов, поэтому важным является момент удержания аудитории на своем телеканале; для увеличения объема вечерней аудитории в прайм-тайм, необходимо привлечь как можно больше зрителей, включающих телевизор в период с 17.00 до 19.00.

Теперь рассмотрим особенности программирования на исследуемых нами телеканалах. RU TV не отличается обилием рубрик, циклов, программ. Устойчивое место в сетке вещания занимает, пожалуй, лишь утреннее 3-часовое шоу «Двое с приветом», состоящее из развлекательных новостей о событиях в мире шоу-бизнеса, зажигательного конференса двух молодых ведущих и видеоклипов- иллюстраций к новостям. Остальные тематические передачи российского канала, такие как «Топ-лист», подборки видеоклипов, «Хип-хоп чарт», «Тема» ротируются в эфире в скользящем, или как его называют исследователи «плавающем» режиме³. Постоянное время в сетке вещания RU TV имеет рубрика «Стол заказов», программа в которую включаются музыкальные композиции по заявкам зрителей и программа «Супер 10» с Дмитрием Олениным, которая неизменно выходит в эфир в 21.00⁴.

С ноября этого года на RU TV стала выходить новая программа «Пик популярности» с Леной Боска. Этим было положено начало авторским большим (более 30 мин.) передачам на данном специализированном музыкальном канале.

“Пик популярности” – это новый цикл документальных передач об обратной стороне славы. О том, что красивая жизнь артиста, к которой мы так

³ Смирнов В.В. Формы вещания. М 2004 , с. 134

⁴ Например: Эфир телеканала RU TV от 14, 15 декабря 2013 г.

привыкли - на самом деле полна страданий, переживаний и боли. Малоизвестные факты биографии, редкие кадры, архивные хроники и откровенные признания звезд звучат теперь с экрана RU TV по четвергам, субботам и воскресеньям в рамках этой программы. Валерий Меладзе, Дима Билан, Натали⁵ уже стали героями этого очеркового цикла.

Примечательно, что новостные выпуски на российском телеканале носят тематический характер, все они - околomuзыкальной тематики. Они идентифицированы с названием канала и преподносятся аудитории как «RU Новости». И ведущий у них бессменный – Слава Никитин. В новостной блок включаются и сообщения из жизни самого канала. Так, в выпуске от 16 декабря прошла информация о тренинге, проводимом Линой Арифиллиной с молодыми видеями RU TV⁶. Следует заметить, что новостные блоки на российском музыкальном канале выходят 4 раза в день, с последующей ротацией ночью. Этот блочный принцип программирования, когда выпуски ротируются в разное время суток с целью «захватить» внимание как можно большего числа зрителей, на наш взгляд, оправдывает себя.

Важное значение придается на RU TV размещению рекламы. Особенность медиапланирования рекламной продукции на данном музыкальном канале заключается в том, что приоритет отдается рекламных роликом с музыкальным сопровождением. Так, и в рекламе сока «Я», и каши «Чудо», и в рекламе мюзикла «Русалочка» звучат либо любимые мелодии, либо вокальные рекламные слоганы⁷. Используются и простые информационные, и игровые, и имиджевые рекламные ролики.

⁵ Эфир телеканала RU TV от 15 декабря 2013 г. // Пик популярности, 18.00

⁶ Эфир телеканала RU TV от 16 декабря 2013 г. // RU Новости, 20.00

⁷ Эфир телеканала RU TV от 12 декабря 2013 г. // Рекламный блок, 15.20

Тщательно подходят на телеканале RU TV и к размещению музыкального материала в сетке вещания. Музыка на канале подбирается по принципу «свободного музыкального эфира». Неискушенному зрителю может показаться, что вся музыка, звучащая и на этом канале и на МузТВ, например, «на один лад». У него может создаться впечатление, что музыкальный стиль и вкус у этих каналов абсолютно одинаковый. Но это не так. Массив музыки, используемой в эфире, – общий для многих каналов. Разница заключается лишь в ограничениях на ту или иную музыкальную продукцию, обусловленных форматами. МузТВ использует главным образом музыку западного образца. RU TV выпускает в эфир композиции исключительно на русском языке.

Этим же обстоятельством руководствуется и узбекистанский канал «Наво». Запущенный в тестовом режиме 14 ноября 2013 года он знакомит зрителей с произведениями классической, народной, современной и эстрадной музыки, в том числе зарубежной. Но приоритет в вещательной политике этого совсем молодого канала отдается национальной музыке. В отличие от российского RUTV «Наво» пока не пестрит всевозможными анонсами, промо-заставками, и это вполне объяснимо. Канал только набирает обороты и поэтому основу программирования его вещания составляют, главным образом, музыкальные произведения, видеоклипы, концертные номера, фрагменты трансляций. Новости не входят в сетку вещания канала. Как представляется, это вопрос времени, кадрового и финансового менеджмента.

Музыкальные произведения соседствуют с такими уже раскрученными на «Ёшлар» программами, как «Рузгор мактаби» («Школа хозяйствования»), ток-шоу «Бахт формуласи» («Формула счастья»), «Олтин микрофон» («Золотой микрофон») и другими. Но несмотря на «ранний возраст» узбекистанский телеканал уже вводит в сетку вещания новые самостоятельные рубрики. Так, ежедневно выходит в эфир цикловая программа «Ёшлар куйлайди» («Поют

молодые»). Это коммерческая передача, состоящая из видеоклипов начинающих и уже известных молодых исполнителей⁸.

Реклама на узбекистанском музыкальном телеканале ничем не отличается от рекламы на других отечественных каналах. Руководство «Наво» в целях получения прибыли, не особо озабочено форматными требованиями и особенностями целевой аудитории. В отличие от RU TV, на узбекском канале не прослеживается «музыкальность» рекламных вставок, большинство из них носят общий, не целевой характер: та же, что и на других каналах реклама препарата от простуды Амизон, маргарина Маселко и т.д.⁹

Специализированный музыкальный канал Узбекистана практикует в своей программной деятельности тематический принцип планирования. Ввиду того, что он находится в начале пути, в его сетке вещания больше трансляционных повторов, нежели показа оригинальных программ. Каналу «Наво» еще предстоит немало экспериментальных попыток на пути обретения своей самобытности и выработке специфики программной стратегии.

⁸ См. напр.: Эфир телеканала «Наво» от 10 декабря 2013 г. //Ёшлар куйлайди, 17.10

⁹ См. напр.: Эфир телеканала «Наво» от 11 декабря 2013 г. //Рекламный блок, 16.15

3. Жанрово-тематическое наполнение эфира

Жанровый диапазон телевизионного вещания – яркий показатель эффективности того или иного канала. Благодаря им, а также современным техническим устройствам, музыкальное телевидение способно развивать, а по мере необходимости, изменять музыкальные, а через них и эстетические вкусы, принципы человека. Музыкальная ориентация отражает не просто приверженность той или иной форме организации свободного времени или симпатии к «звездам». Она выражает определенную жизненную, мировоззренческую позицию человека, особенно юного гражданина. Так, современная популярная рок-музыка стала для многих молодых людей своеобразным символом, соответствующим особой шкале культурных ценностей. Вот почему наше телевидение призвано не бездумно размножать эту музыку, а анализировать ее как в социальном, так и в эстетическом плане, раскрывать мотивы обращения, прежде всего, молодых, именно к этим музыкальным произведениям. Здесь нужно не ругать, не осуждать, а постараться понять, что молодым свойственна эмоциональная распахнутость и стремление к развлекательности как элементам молодежной культуры.

Музыкальный экран нередко переносит нас в прошлое, открывая его малознакомые страницы. Настоящее в прошлом и прошлое в настоящем — эту связь времен, идеалов, традиций нашей многонациональной культуры музыкальное телевидение делает особенно наглядной в своем духовном единстве. Весь смысл деятельности музыкальных редакторов телевидения состоит в том, чтобы помочь верно ориентироваться в мире музыки, в мире, который ныне не знает ни географических, ни государственных границ и преград. На смену запретам периода застоя приходит иная увлеченность.

Изменяются и музыкальные пристрастия. Телевидение всячески поощряет поиски этого пути.

Телевизионные жанры музыкального вещания прошли путь от трансляций концертов, музыкальных спектаклей, через тематические программы к музыкальному документальному фильму-портрету и к музыкальному оригинальному художественному фильму. При этом появление более сложных жанров не исключило из арсенала телевидения и трансляций популярных концертов, спектаклей, организации конкурсов песни и т. п.

Примечательно, что отечественное телевидение вновь обратило свой взор к важному разделу музыкального вещания — музыкально-образовательным программам. И хотя они носят пока разовый, не циклический характер, воздействие их на молодежь неоценимо. Взять к примеру, показанный по каналу «Ёшлар», а затем повторенный на канале «Наво» мастер класс Народной артистки Узбекистана Муножот Юлчиевой с молодыми исполнителями, студентами Ташкентской Консерватории¹⁰. Зрители смогли не только посмотреть процесс репетиции классической национальной песни, но и стали свидетелями истинного вдохновения мастера макама, ее преданности узбекскому народному искусству.

Популярны на музыкальных каналах и видеоклипы. Они несут в себе драматургические и стилистические функции, способствуя выявлению композиционной структуры той или иной песни, атмосферы, сюжетных линий и жанровых признаков вокального произведения, помогают раскрыть социальную и национальную среду действия, передают индивидуальные особенности исполнителя.

¹⁰ Эфир телеканала «Наво» от 5 декабря 2013 г. // Мумтоз наволар.

Музыкальные телевизионные передачи по жанровым признакам можно подразделить на четыре основных вида:

- постановочные
- концертно-постановочные
- концертные
- трансляционные

Особое место занимают на музыкальном телевидении концертно-постановочные передачи. В них на основе сценарного плана и режиссерской разработки исполнение музыкальных произведений оркестрами, хорами, солистами дополняется изобразительным материалом (кино - и фотофрагментами). Чаще всего передачи данного вида используются в стиле ретро, когда к примеру передаются выступления мастеров прошлого. Но это большая редкость на современных музыкальных каналах.

Сценарные концертно-постановочные передачи имеют, как правило, два варианта:

- передачи, в основе которых лежат песенные программы (примером может быть программа, переданная по каналу RU TV и приуроченная ко дню рождения Наташи Королевой);
- передачи, посвященные творчеству деятелей музыкальной культуры и отдельных творческих коллективов во всех музыкальных жанрах.

Практикуются на музыкальных каналах и музыкальные представления, которые, делятся на три вида:

- сюжетное музыкальное представление, созданное по оригинальному сценарию, требующее режиссерской постановки номеров, их телевизионного решения, работы с композитором, балетмейстером, исполнителями, коллективами;
- представление, не требующее постановки номеров или их нового решения;

- представление, основой которого является музыкальная драматургия без оригинального текста¹¹.

Достойное место в сетке вещания крупных музыкальных каналов занимают музыкальные трансляционные программы, которые подразделяются на два вида:

- трансляция спектакля, концерта, музыкального представления или события со специальной подготовкой и включением телевизионных сюжетов;
- трансляция без дополнительных телевизионных сюжетов.

На анализируемых нами телеканалах RU TV и «Наво» чаще всего передается трансляция без дополнительных телевизионных сюжетов. Достаточно привести в качестве примера фрагменты трансляции фестиваля «Шарк тароналари», где были исполнены музыкальные композиции узбекского композитора и исполнителя Султон Али «Дардим йиглайди» и «Самарканд»¹²

В музыкальном телевизионном вещании видное место занимают фестивали и конкурсы, которые также имеют свои жанровые особенности. Но они требуют крупных финансовых вложений, больших кадровых ресурсов и не все музыкальные каналы в силах такие масштабные проекты реализовать.

¹¹ Ильченко, С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания: учебное пособие – СПб.: Роза мира, 2006. С.77

¹² Эфир телеканала «Наво» от 16 декабря 2013 г. // 20.20

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной работы являлось исследование особенностей программной политики музыкальных телеканалов. Изучение стратегий, используемых каналами RU TV и «Наво», жанровой наполненности их эфира позволяет сделать нам следующие выводы:

1. Программирование – это чрезвычайно ответственная часть телевизионного менеджмента, на которой замыкаются все управленческие функции руководства телеканала. Именно сетка вещания в целом является синтезом всех творческих, организационных и финансовых возможностей канала. Основу программной политики канала составляет его творческая и содержательная концепция. Хорошая сетка вещания фактически всегда результат согласования программной политики вещателя с интересами аудитории. Таким образом, грамотно выстроенная программная политика опирается не только на собственное понимание каналом своей миссии, но и на тщательное изучение спроса аудитории на те или иные виды программ. На формирование стратегии программирования оказывают влияние: тип вещательной модели, глобальные, экономические и политические факторы, технический прогресс, а так же национальные и социокультурные особенности конкретной страны. Каждый телеканал, независимо от принадлежности к той или иной вещательной модели, имеет собственную уникальную программную политику – комплекс мер, направленных на успешную реализацию целей и задач вещателя: эффективное позиционирование канала на рынке, привлечение аудитории как целевой, так и массовой. При составлении сетки вещания телеканала учитывается поведение зрителей в определенные часы (тайм-слоты), определенные привычки просмотра телевизора. Для наиболее эффективного выполнения поставленных задач, при формировании сетки вещания, программные менеджеры пользуются определенными приемами и стратегиями. В целом, тенденции в программной

политики исследованных нами телеканалов RU TV и «Наво» можно охарактеризовать как постоянный поиск новых форм, который приводит к трансформации телевизионных жанров, упор на предоставление зрителю информации и развлечений.

В результате анализа мы убедились в том, что в отличие от RU TV канал «Наво», помимо информационной и развлекательной функции, выполняет и познавательные задачи, знакомя зрителей с лучшими образцами классической национальной музыки. Это подтверждает и изучение жанрово-тематического наполнения эфира обоих каналов.

Анализ современных музыкальных программ позволяет сделать вывод о том, что, помимо развлекательной, музыкальное телевидение в обществе выполняет несколько важнейших функций: оно участвует в процессах коммуникации и культурообмена; просвещения; воспитания; ценностной ориентации; выполняет социально-организаторскую функцию; интегративную; организации досуга; в лице продюсеров телепрограмм (и продюсерских компаний) выступает как производитель культурных ценностей (телепостановки, телеконцерты, телефестивали и др.); формирует рынок исполнителей.

Список использованной литературы

1. Борецкий Р.А. О некоторых аспектах программирования на телевидении. /Журналист, 1998, №2, с. 48
2. Браун Дж., Коул, У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении: пер. с англ. / Дж. Браун, У. Коул. – М.: Мир, 2001. – 509 с.
3. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие – М.: Аспект Пресс, 2003. – 230 с.
4. Васильева Т.В. Курс радиотелевизионной журналистики: учебное пособие–СПб.: Специальная литература, 2004. – 288 с.
5. Дашевская И. Масс медиа. Программирование на ТВ// Сайт Broadcasting.Ru-2009
6. Егоров, В.В. Телевидение между прошлым и будущим / В.В. Егоров. – М.: Вагриус, 1997. – 384 с.
7. Ильченко, С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания: учебное пособие. – СПб.: Роза мира, 2006. – 140 с.
8. Информационная политика: учебник / Под общ. Ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 463 с.
9. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики . – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 336 с.
10. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб.: СПбГУ, 2000. – С. 139-167
11. Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 224 с.
12. Муратов, С.А. Легенды и мифы вокруг ТВ // Телерадиоэфир: история и современность/ Под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: Элиткомстар, 2008. – С. 34
13. Муратов, С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 176 с.
14. Осолоков, В. Специальный семинар «Сетка телевизионного вещания:

- программирование и контрпрограммирование» // Материалы международных конгрессов Евразийского телефорума. – М.: НТП «ЕАТА», 2003. – С. 11-25
15. Российское телевидение: между спросом и предложением/ Под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. М.: Элиткомстар, 2007. Том 1.- 328 с.
16. Смирнов В.В. Формы вещания. М.: Аспект Пресс, 2002.- 316 с.
17. Телевизионная журналистика: учебник / Редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.
18. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.