

Козюлько Е.В., студ. гр. 311 БГУКИ

Науч. рук. – Рябушкина И.А., преподаватель

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МУЗЫКАЛЬНО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ НА БЕЛОРУССКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Культурно-досуговая деятельность является эффективным средством развития и самоактуализации личности человека. Она создает условия для удовлетворения основных социально-культурных потребностей человека в творчестве, познании, коммуникации, рекреации. В ряду многочисленных форм и видов культурно-досуговой деятельности особое место занимают музыкально-развлекательные программы. Они являются одними из самых востребованных форм организации культурно-досуговой деятельности населения на современном этапе. По мнению И.И. Воронина, музыкально-развлекательная программа – это особый тип культурно-досуговых программ, целостно реализующих основные функции досуга (коммуникативную, рекреационную, развивающуюся) средствами музыкального искусства в соответствии с досуговыми потребностями различных категорий людей.

Будучи наиболее распространенными и востребованными аудиторией, они концентрируют в себе самые сильные стороны культуры – её энергичность, насыщенность эмоциями, а с другой – имеют мощный потенциал для введения человека в мир музыкального искусства, облеченного в форму яркого и активного зрелища.

Одним из эффективных средств, способных реально противодействовать негативным явлениям современного общества, таким как потребительское отношение к миру, алкоголизм и наркомания, асоциальное поведение, становится творчество. Одними из самых распространенных и востребованных видов современного искусства,

особенно у молодежи, позиционируются музыка и техногенные искусства. А лучшим каналом распространения результатов подобного творчества служит телевидение. Таким образом, телевизионный продукт в форме музыкально-развлекательных программ, обладает мощным воспитательным и развивающим потенциалом, который используется либо не в полной мере, либо не на должном уровне.

Охарактеризуем процесс создания и производства музыкально-развлекательных программ на белорусских телеканалах. В качестве примера представим телевизионный проект белорусского канала СТБ «Поющие города». Это творческий продукт медиахолдинга «Карамболь» совместно с телеканалом СТБ. Он является авторским проектом медиахолдинга «Карамболь».

«Поющие города» – это телевизионный музыкальный конкурс, целью которого является открытие новых имен и «зажигание» ярких звезд в музыкальном пространстве Республики Беларусь.

Телевизионный проект «Поющие города» состоит из нескольких этапов.

1 этап: отбор участников. Артисты белорусской эстрады выбирают участников для создания своего музыкального номера в больших и малых городах Беларуси, включая Минск.

2 этап: полуфиналы. В каждом из двух полуфиналов участвуют по 20 участников от городов-представителей. Участники выступают на сцене с известной композицией своего музыкального куратора. По итогам голосования компетентного жюри, выбирается победитель полуфиналов.

3 этап: финал. Среди участников, победивших в полуфиналах, проводится финальный отбор. Финал организован в виде концертного шоу. По итогам зрительского телефонного и SMS-голосования выбирается победитель финала – участник, набравший максимальную сумму баллов.

На проекте проводились кастинги по всем областям Беларуси: Брестская, Гродненская, Витебская, Гомельская, Могилевская, Минская

области и город Минск. В каждый город отправлялся артист, представляющий этот город с целью собрать команду для создания музыкального номера. На кастинге совместно с артистом присутствовали лица телеканала СТБ, а также представители местной администрации (от каждого из городов).

Специфика данного проекта состоит в том, что в кастингах могли попробовать свои силы не только профессиональные певцы (люди с музыкальным образованием), но и люди без особой музыкальной подготовки. Кастинги выполняли функции видео-дневников, в которых рассказывалось о проведении отборочных туров в каждом из городов, демонстрируя наиболее яркие моменты из выступления участников. Информация о кастингах публиковалась в центральных и специализированных СМИ РБ. Отдельно кастинги анонсировались каналом – организатором и на медийных площадках, входящих в ее структуру.

Голосование проходило в несколько этапов. На первом этапе для голосования приглашались музыкальные редакторы радиостанций, народные артисты Республики Беларусь, лица телеканала СТБ, продюсеры, композиторы, хореографы. По сумме баллов в каждом из двух полуфиналов выбирались по 10 участников, которые выходят в финал. Следующий этап проекта – это голосование в финале. В финале организуется зрительское голосование посредством телефонного и SMS-сообщения. Количество звонков, поступивших с одного номера, не ограничивается. Звонки и SMS-сообщения поступают в единый центр, обрабатываются и подсчитываются. Зрительское голосование длится 15 минут. Во время голосования в эфире демонстрируются отрывки из номеров участников, выступают приглашенные артисты. По окончании времени голосования, ведущие начинают «процедуру подсчета голосов». Зрители видят, как по итогам голосования смещаются имена участников в таблице баллов. Суммировав полученные баллы, ведущие называют имя победителя финала – участника, набравшего

наибольшее количество баллов. Победителю проекта «Поющие города» в качестве приза предоставляется возможность ротации его песни на радио.

Проект «Поющие города» готовился, как ранее было сказано, медиахолдингом «Карамболь» совместно с телеканалом СТВ. Разделение компетенций делилось следующим образом: медиахолдинг «Карамболь» выполнял функции организации и проведения кастингов, написание сценария, режиссура творческого проекта, разработка декораций и графическое оформление программы, разработка светового оформления, разработка планов расстановки камер на площадке, установка и обслуживание декораций, аренда звука, организация массовки, монтаж программы и дневников. Телеканал СТВ занимался PR-поддержкой и анонсированием программы, арендой света, аренда павильона, предоставление операторского крана, производство и хранение декораций, гонорары медиаперсон (жюри). Проект «Поющие города» был удостоен в 2013 году премии «Телевершина» в номинации «Лучшая развлекательная программа».

1. Булацкий, В.Б. Белорусское телевидение: в начале перемен / В.Б. Булацкий // Журналистика – 2002 : матер. IV Международной научно-практической конференции, Минск, 2002. – С. 33 – 36.
2. Кузнецов, Г.В. / Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004 – 211 с.
3. Смирнов В.В. Формы вещания / В.В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 129 с.
4. Мнения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.1tv.ru/sprojects_blog/si=5844. – Дата доступа : 18.03.2014.
5. Форум//[Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.ctv.by/poyushchie-goroda>. – Дата доступа : 18.03.2014.
6. Последние проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://tv.karambol.ru/?4_2. – Дата доступа : 18.03.2014.