

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ДУБРОВИНА Юлия Анатольевна**

**Отечественное игровое телевидение в контексте  
социокультурной трансформации общества**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –  
доктор исторических наук,  
профессор М. А. Воскресенская  
Кафедра теории журналистики  
и массовых коммуникаций  
Очно-заочная форма обучения

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2017

## Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Игра в пространстве культуры.....	8
1.1. Игра как социокультурный феномен.....	8
1.2. Игровой сегмент телевидения.....	14
Глава II. Телеигра как отражение социокультурных процессов в обществе.....	26
2.1. Викторины на отечественном телеэкране: концепции и история создания программ.....	26
2.2. Содержательные и формальные особенности игровых телепроектов в различных социокультурных условиях.....	44
Заключение.....	63
Список использованной литературы и источников.....	66
Приложение 1.....	69
Приложение 2.....	75

## Введение

**Актуальность** темы, исследуемой в данной дипломной работе, определяется высокой востребованностью жанра телеигры в современной медиасфере. На протяжении всей истории мирового телевидения игра неизменно сохраняет зрительскую популярность. Об этом свидетельствует не только постоянное присутствие множества игровых программ в сетке телевидения, но и все более активное использование игровых элементов и приемов в разнообразных телепроектах, включая форматы, изначально не предполагавшие развлекательности и облегченной подачи информации. Широкое распространение и устойчивое положение игры в телеэфире подчеркивает научную значимость ее всестороннего изучения.

Рассматриваемые в работе игровые телепроекты не являются собственно журналистским продуктом, но они имеют отношение к функционированию средств массовой информации. Игры можно найти в сетке вещания практически каждого телеканала, они являются неотъемлемой частью контента этой разновидности СМИ, а значит отражают некоторые аспекты редакционной политики телекомпаний и влияют на их отношения с массовой аудиторией.

**Степень изученности темы**, заявленной в ВКР, можно расценить неоднозначно. Феномен игры привлекает внимание многих исследователей – как представителей различных социально-гуманитарных дисциплин, так и практикующих специалистов в области массовой коммуникации. Игру как социокультурный феномен, заявляющий о себе во всех областях жизнедеятельности человека и общества, раскрыл историк и культуролог Й. Хейзинга в своем фундаментальном труде «Homo ludens»<sup>1</sup>. Его наблюдения в философском ключе развивал Р. Кайуа, предложивший оригинальную классификацию игр<sup>2</sup>. Интересный подход к

---

1 Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс – Традиция, 1997. С.20

2 Кайуа Р. Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007

игре как психологической категории представил Э. Берн<sup>3</sup>. Непосредственно телевизионным играм и игровым передачам посвящены работы С. Н. Ильченко<sup>4</sup>, В. Я. Ворошилова<sup>5</sup> и др.

Вместе с тем остаются недостаточно изученными многие стороны существования игры в медиапространстве. В частности, в научной литературе не встречается специальных трудов, рассматривающих социокультурные факторы развития игрового телевидения. Исходя из вышеизложенного, важной исследовательской **проблемой** является реконструкция того социокультурного контекста, в котором создаются и выпускаются конкретные игровые телепрограммы. Важно выяснить: что оказывает влияние на культурные трансформации игровых программ, на изменение их формата и содержательных характеристик? С чем это связано? Возможно, изменению социокультурного облика игрового телевидения способствовали исторические процессы и события?

**Объектом** нашего исследования является отечественное игровое телевидение, а непосредственным **предметом** – концептуальные характеристики игровых телепрограмм, связанные с социокультурным состоянием общества.

**Цель исследования** – выяснить и показать в исторической динамике влияние на игровое телевидение общей духовной атмосферы общества и происходящих в нем социокультурных процессов.

Для достижения цели сформулированы следующие **задачи**:

- раскрыть понятие игры как социокультурного феномена;
- дать общую характеристику игровому сегменту отечественного телевидения;
- составить классификацию игровых программ на отечественном телевидении;

---

3 Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры, М.: Эксмо, 2015

4 Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. Спб., 2008; Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента актуализация игровой природы телевидения. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. М., 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419> (дата обращения 24.04.2017 г.)

5 Ворошилов В. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982

- на основе описания и комплексного анализа телевизионных игровых программ выявить социокультурные факторы формирования и изменения их формата.

**Эмпирическая база** исследования представлена различными видами источников. В нее входят:

- материалы игровых телепрограмм (видеозаписи, сайты)<sup>6</sup>;
- опросы телезрителей (представителей аудитории телеигр);
- воспоминания и интервью участников телеигры<sup>7</sup>;
- статистические данные<sup>8</sup>;

Для анализа отобрано пять телевизионных проектов:

- «Что? Где? Когда?» – интеллектуальная телевизионная игра, в которой «знатоки» (команда из шести игроков) ищет правильный ответ на задаваемые вопросы от команды «телезрителей». Телеигра была создана телеведущим Владимиром Ворошиловым и Наталией Стеценко в СССР. Первый выпуск передачи вышел в эфир 4 сентября 1975 г. Выходит на «Первом канале». В 1995 г. на «Первом Канале» Останкино транслировалась с сурдопереводом, в настоящее время старые эфирные записи часто показывают по каналу «Ностальгия». Программа начала свою работу в 1975 году, этот период можно по праву назвать периодом господства видеозаписи, но не только с технической стороны (поскольку еще не было возможности транслировать мероприятия в прямом эфире);

- «Поле чудес» – телевизионная игра, в которой обычные люди «сражаются друг с другом» за главный приз – автомобиль. Программа не

---

6 Поле чудес // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/shows/pole-chudes/o-proekte> (дата обращения 26.02.2017 г.), Слабое звено // Официальный сайт программы [Электронный ресурс]. URL: <http://wmedia.ru/#projects-317.html> (дата обращения 26.02.2017 г.), Сто к одному // Официальный сайт телеканала Россия1 [Электронный ресурс]. URL: [https://russia.tv/brand/show/brand\\_id/9222/](https://russia.tv/brand/show/brand_id/9222/) (дата обращения 27.02.2017 г.), Угадай мелодию // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/ugadai> (дата обращения 26.02.2017 г.)

7 Лернер Л.В. Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». М.: Искусство. 1992, Занимонец А. “Ровшан Аскеров: «Я категорически против термина профессиональный знаток»”, // Онлайн-журнал Tele.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tele.ru/stars/interview/rovshan-askerov-ya-kategoricheskii-protiv-termina-professionalnyy-znatok/> (дата обращения 19.11.2015г.), Ворошилов В. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982.

8 Анализ рекламы: сравнительный анализ рынка рекламы в России. [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/> (дата обращения 28.03.2017 г.)

является «собственным продуктом», она была заимствована у американских коллег, тем не менее она остается популярной до сих пор. Выходит в эфир уже почти 30 лет, с 1990 г., на «Первом канале». Неизменным ведущим является Леонид Якубович;

- «Сто к одному» – еще одна телевизионная игра, аналог которой американское шоу (подробнее расскажем во второй главе). Выходит с 1995 г. года во главе с Александром Гуревичем. Программа поменяла несколько каналов, но по-прежнему остается популярной и востребованной;

- «Угадай мелодию» – российская музыкальная телеигра, в которой три участника сражаются за главный приз. Ведущий – Валдис Пельш. Программа выходила с некоторыми перерывами с 1995 г. до 2005 г. Однако в 2013 г. вышли новогодние выпуски, после чего в редакцию поступило множество писем, с просьбой вернуть передачу;

- «Слабое звено» – еще один заимствованный продукт на отечественном экране. На этот раз за основу брали британское шоу. Из выбранных нами, эта единственная программа, которая уже закончила свое существование. Выходила сначала на «Первом канале», затем на «Пятом». За всю историю телеигры, у нее было два ведущих – Мария Киселева и Николай Фоменко. Период вещания: 2001–2008 гг.

**Теоретико-методологическая база** основана на междисциплинарном подходе с привлечением данных теории журналистики, истории, культурологии и др. Исследование опирается на историко-культурологическую теорию игры Й. Хейзинги, чьи положения были развиты в философско-социологическом ключе концепцией игры Р. Кайуа. В теории журналистики для осмысления заявленной проблематики важны положения о развлекательной и культурно-развивающей функции массмедиа, а также характерный для историков русской журналистики тезис о традиционном сочетании в отечественной медиасфере задач развлечения и просвещения. Определенное

методологическое значение имеет и мысль М. Маклюэна о том, что игра, отражая социальную реакцию масс на происходящее в обществе, может выступать как точная модель культуры<sup>9</sup>.

**Методы исследования**, применявшиеся в работе:

- типологический;
- генетический;
- вербально-коммуникативный (интервью);
- контекстный анализ;
- компаративный анализ;
- проблемно-хронологическое описание.

**Новизна исследования** может быть охарактеризована в общетеоретическом и в прикладном планах. Во-первых, она заключается в самой постановке проблемы, то есть в попытке рассмотреть телеигру не только как медийный жанр, но и в качестве репрезентанта духовной ситуации своего времени. Во-вторых, автором предложена оригинальная классификация игровых программ отечественного телевидения в широких хронологических границах советского и постсоветского периодов.

**Структура работы** определяется поставленными задачами исследования. ВКР включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы, два приложения.

---

<sup>9</sup> Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Канон-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. С. 267

## Глава I. Игра в пространстве культуры

### 1.1. Игра как социокультурный феномен

В данном параграфе мы будем рассматривать игру в широком плане: что такое игра, кто и как рассматривал данное явление, а также классифицируем игры.

Мы изучили несколько источников, в которых приводилось определение игры. В Большой советской энциклопедии, например, говорится, что игра – это вид осмысленной непродуктивной деятельности, где мотив лежит как в ее результате, так и в самом процессе.

Стоит отметить, что понимать игру сугубо как вид неосмысленной деятельности, с нашей точки зрения, не верно. Ведь зачастую человек играет не только в настольные, карточные, спортивные, музыкальные игры; игрой можно назвать работу актера, ведущего какой-либо программы, директора предприятия, депутата, преподавателя в школе или университете, врача, пожарного, собственно, вся жизнь человека состоит из игры. Каждое наше действие подчинено определенным правилам, которым мы, зачастую, вынуждены подчиняться.

Э. Берн в своей работе «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры» придерживается как раз того же мнения. Автор утверждает, что человеку свойственна игра во всех сферах жизни: дома мы играем роль жены/мужа/ребенка, на работе – подчиненного/начальника, с друзьями – роль друга/советника, т.е. если говорить об игре в широком смысле, то это динамичная и вечно изменяющаяся составная часть жизненного плана или сценария каждого человека. С нашей точки зрения от этого невозможно избавиться или стараться жить «не так, как все», просто потому что иначе жизнь человека невозможно. Если человек перестает играть роль – он умирает. Мы не будем рассматривать здесь



отдельные случаи (например, душевнобольные), т.к. нам кажется, это может увести нашу работу от намеченного плана.

Конечно, мы не претендуем на то, что наше мнение является истинно верным, но в нашей работе мы бы хотели придерживаться именно этой точки зрения.

«Игрой мы называем серию последовательных дополняющих скрытых транзакций, приводящих к четко определенному предсказуемому исходу. Иначе говоря, это набор повторяющихся транзакций, внешне благовидных, с замаскированной мотивацией, или, если перевести на человеческий язык, – серия ходов, содержащих скрытую ловушку или подвох»<sup>10</sup>.

Роже Кайуа в своей книге «Игры и люди» определяет игру, как некую деятельность: «Игра – это занятие по сути своей обособленное, тщательно изолированное от остальной жизни и обычно осуществляемое в строго определенных и временных пространственных рамках»<sup>11</sup>. Автор в своей работе выделил следующую классификацию игр:

- Agon – игра, при которой противники находятся в одинаковых, равных условиях изначально, а соперничают только в каком-то определенном признаке. К такому типу можно отнести все спортивные состязания (например, «Ледниковый период»), также к данному типу относятся соревнования профессионалов: танцоров, поваров и пр. («Танцы», «Мастер-шеф»), музыкальные соревнования («Угадай мелодию»);
- Mimicry – игра, в которой участникам необходимо подстроиться под обстановку/ окружающую среду. Игра, в которой участникам надо постараться убедить зрителей, в частности и себя, в реальности происходящего. Самым ярким примером данного типа игры

---

10 Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры, М.: Эксмо. 2015. С.43

11 Кайуа Р. Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007. С.46

можно назвать такие телевизионные проекты, как «Дом-2», «Давай поженимся», «Суд идет»;

- Alea – игра, в которой все зависит от удачи, везения, случая. К таким играм, чаще всего, относят азартные игры, лотереи: «Золотой ключ», «Сто к одному», «Интуиция», «Своя игра»;

- Pinx – игры, в которых участника стараются поместить в непривычные для него условия, т. е. выбить из привычной колеи. Человек в таком положении впадает в состояние, которое похоже на панику, что положительно влияет на интеллектуальную деятельность (например, «Розыгрыш», «Форт Байярд», «Фактор страха»).

Кроме вышеописанной классификации, Кайуа предлагает разделить игры по следующему типу:

- Симуляция – игра такого типа, как театр, маскарад;
- Состязания – игры интеллектуального и спортивного типов;
- Головокружение – в основном, это экстремальные виды спорта;
- Удача – игры, в которых мало что зависит от игрока, в основном от лотереи, удачи.

Немного другого мнения придерживается Й. Хейзинга в своей известной работе «Homo Ludens». Автор рассматривает игру как явление культуры, однако при этом и не отрицает ее биологическую функцию.

«Игра понимается <...> как явление культуры, а не – или по всяком случае не в первую очередь – как биологическая функция и рассматривается в рамках научного мышления в приложении к изучению культуры»<sup>12</sup>.

Автор также отмечает, что игра гораздо старше культуры. В данном вопросе мы с ним согласны, т. к. в нашем понимании, культура невозможна без человека, без общества. Только индивид может сотворить

---

12 Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс – Традиция, 1997. С.20

что-то, что может быть рассмотрено как явление культуры: картина, литературное или музыкальное произведение, художественный/научный/документальный и пр. фильмы и т. д. А вот игра появилась задолго до появления человека, вспомнить хотя бы домашних котов, которые могут играть и без хозяина.

«Игра – это функция, которая исполнена смысла. В игре вместе с тем играет нечто выходящее за пределы непосредственного стремления к поддержанию жизни, нечто, вносящее смысл в происходящее действие. Всякая игра что-то значит. Назвать активное начало, которое придает игре ее сущность духом – было бы слишком, назвать его инстинктом – было бы пустым звуком. Как бы мы его ни рассматривали, в любом случае эта целенаправленность игры являет на свет некую нематериальную стихию, включенную в самое сущность игры»<sup>13</sup>.

В.Я. Ворошилов также уделил игре внимание. В своей работе «Феномен игры», автор знаменитой телепередачи «Что? Где? Когда?», отмечал, что игра имеет свойство объединять людей по интересам, по возрасту, по социальному статусу. Владимир Яковлевич даже отмечает, что процесс обучения в школе стоило бы немного переделать, адаптировать к игре, создать новые формы обучения. Мы согласны с данным мнением, т. к. это позволило бы увеличить интерес школьников к процессу обучения.

«Игра, в том или ином своем облики, сопровождает человека со дня его рождения. Игра делает его жизнь более радостной, счастливой, воспитывает творческое отношение к действительности. Там, где нет игры, жизнь становится однообразной, скучной»<sup>14</sup>.

При написании нашей работы мы наткнулись на работу В. Вольнова «Феномен игры», которую он представил на открытой лекции. Читая

---

13 Хейзинга Й. Homo Lundes. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс – Традиция, 1997. С.20

14 Ворошилов В. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982. С.2

материалы, мы отметили, что автор придерживается примерно таких же взглядов, что и вышеперечисленные исследователи.

В своей работе Вячеслав Витальевич говорит о широком значении игры в жизни не только людей, но и животных. Автор также отмечает, что игре подвержены не только живые существа, но и явления природы: «Между игрой и жизнью вообще нет различия и, значит, попытки раскрыть феномен игры обречены на провал. Кроме того, повседневная речь говорит об игре волн и ветра, красок и света, естественных и сверхъестественных сил (например, Бога с дьяволом, дьявола с человеком), и тогда напрашивается еще более сильный вывод: игра – космическая универсалия, или “все есть игра”»<sup>15</sup>.

Игру, как особый вид только человеческой деятельности, определяет М.А. Гузик в своей работе «Игра как феномен культуры». Автор не затрагивает сверхъестественные возможности игры, не смотрит на нее как на что-то не поддающееся человеческому воздействию. Как нам кажется, это верно. Однако, как нам кажется, если в данной работе мы будем рассматривать все сферы жизни (живые и не живые), как часть игры, то не сможем достаточно полно раскрыть эту тему.

М. А. Гузик лишь поверхностно описывает всевозможные функции игры: «Существует огромное количество переносных и метафорических значений этого слова (игра слов, игра случая, игра воображения, игра страстей, вести большую игру и т. д.), что затрудняет его определение. Игрой называют исполнение сценической роли и музыкального произведения, а также ряд действий, преследующих определенную цель (политическая игра)»<sup>16</sup>.

После рассмотрения работ вышеотмеченных исследователей, мы, как нам кажется, смогли сформировать собственное мнение касательно определения игры. Игра – это вид осмысленной деятельности человека, который отражает его культурные и духовные ценности; деятельность,

15 Вольнов В. Феномен игры: открытая лекция. Спб.: Санкт-Петербургская консерватория, 2005. С. 37

16 Гузик М. Игра как феномен культуры. М.: Флинта, 2012. С.3

которая присуща всем живым существам в равной степени, зачастую, она сопряжена с развлекательным аспектом существования; игра также может являться – и является – работой человека.

Изучив вышеуказанных авторов, мы сделали вывод, что неповторимость, или же своеобразность, каждой игры – кульминация. Разумеется, сам процесс игры также приносит удовольствие, но достигнув конечной цели – одержав верх над противником – человек полностью удовлетворяет свои потребности.

Но можно ли сказать тоже самое об игре эмоциональной? Когда, например, человек играет роль начальника или подчиненного, учителя или ученика, родителя или ребенка? Постараемся разобраться в этом вопросе подробнее.

В своей работе Э. Берн отмечает: «Игры необходимы и желательны, вопрос лишь в том, получает ли в результате человек достаточное вознаграждение. В этой связи следует напомнить, что отличительная черта каждой игры – это ее кульминация, или выигрыш»<sup>17</sup>. Далее автор приводит примеры таких игр, как «Растяпа» (где цель игры представляет собой цепочку: допустить оплошность – извиниться – добиться прощения), «Алкоголик» (в игре есть минимум два игрока: доктор и больной, главная цель игры: врач постепенно излечивает человека от алкоголизма, а по прошествии нескольких месяцев, они поздравляют друг друга с успешным финалом).

Среди самых популярных функций игры, часто отмечают такие:

- психотехническая – игра, благодаря которой человек может усвоить больший объем информации;
- релаксационная (восстанавливающая) – игра способствует расслаблению, снятию напряжения;
- коммуникативная – игра позволяет расширить коммуникативные способности человека/ расширяет круг общения;

---

<sup>17</sup> Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры, М.: Эксмо. 2015. С. 56

- самореализация (воспитательная) – накапливается опыт, раскрывается потенциал личности;
- развлекательная – призвана отвлекать и расслаблять человека, благодаря данному типу процесс обучения/общения можно превратить в игру;
- терапевтическая – восстановление<sup>18</sup>.

Подводя итог, мы можем сказать, что игра является важнейшим явлением в жизни любого живого существа (в нашем случае будем говорить о тандеме игра-человек). Она помогает не только развлекаться, как принято считать, но также помогает выявлять новые возможности человека, позволяет социализироваться в обществе, а также восстанавливать свое физическое и эмоциональное состояние.

## 1.2. Игровой сегмент телевидения

Мы не можем говорить о том, что игра на телевидении занимает точно такое же место, как, скажем, в психологии, социологии, культурологии. Игра в медиапространстве – один из феноменов, без которого сейчас невозможно представить массовую культуру.

Перед тем, как приступить к выявлению игры на телевидении (а именно это является одной из главных целей нашей работы), мы хотим рассмотреть, какое место данное явление занимает в массмедиа.

«Современная журналистика принимает непосредственное участие в обсуждении различных проблем развития общества, становясь одним из важнейших средств в их разрешении. Наряду с очевидными эффективными кампаниями и акциями российские СМИ часто оказываются не в состоянии адекватно освещать события и вызывать

---

18 Маллаев Д., Гасанова Д. Теория и практика психотехнических игр. М.: Владос, 2013. С. 42-60

устойчивые реакции общественного мнения, что приводит к значительному снижению эффективности журналистики»<sup>19</sup>.

И действительно, можем ли мы сказать с полной уверенностью, что журналистика в классическом смысле смогла бы в нынешнее время донести информацию до зрителя? Возможно. Но вот какой процент усваивал бы эту информацию в полной мере?

Из выбранных нами программ, самая долго существующая – «Что? Где? Когда?», поэтому мы бы хотели изучить исторический контекст появления данной передачи.

60-е годы можно охарактеризовать как одно сплошное строительство коммунизма. Люди с неуверенностью относились к происходящему и не понимали, что их ждет, как жить дальше и что же вообще делать.

Коммунизм, конечно, не самый лучший вариант для жизни, но выхода у граждан не было, поэтому каждый пытался найти что-то желаемое и подходящее для себя. Ведь Программа построения коммунизма смогла коснуться каждого человека. Перед жителями СССР вставали некоторые перспективы. Программа представляла собой, в первую очередь, – строительство того общества, которое нацелено на преобразование мира. «Многозначность этой цели только увеличила ее привлекательность. Творческое преобразование мира – это было все: научный поиск, вдохновение художника, тихие радости мыслителя, рекордная горячка спортсмена, рискованный эксперимент исследователя <...> Программа с мастерством опытного проповедника коснулась заветных струн в душе. Против предложенных ею задач нельзя было ничего иметь в принципе. Три цели, намеченные Программой, не могли не устраивать: построение материально-технической базы, создание новых производственных отношений, воспитание нового человека»<sup>20</sup>.

---

19 Савицкий В.А. Игра как феномен журналистского творчества: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2010. С.3

20 Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. Другое поколение. М.: АСТ, Corpus, 2013. С. 12

В 70-е гг. произошел скачок во всех сферах жизни, поскольку возросла роль социальных факторов. Она стала выделяться, ее отмечали как особое направление государственного руководства. Одной из главных проблем для экономического развития в эти годы выдвинули задачу – обеспечить благосостояние советских людей, было необходимо повысить материальный и культурный уровень трудящихся. Правительство любыми методами хотело, добиться желаемого. В связи с этим давались и соответствующие установки: необходимо было ускорить развитие легкой и пищевой промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг, отраслей, производящих предметы потребления. Жители того периода отмечают, что в какой-то мере изменились и подходы к оценке деятельности предприятий, поскольку теперь обращалось внимание не только на чисто производственные вопросы, но и на улучшение условий труда и быта трудящихся.

Почему же жителям СССР была крайне необходима передача типа «Что? Где? Когда?»? Люди в этот период сильно изменились. Изменились в моральном плане. Советский человек слишком долгое время жил среди идей, а не вещей. Люди стали более искренние по отношению друг к другу, сама идея общего дела была немыслима без искренности отношений.

«Это было время самородков. Стихийные бунтари темпераментом и напором искупали недостаток поэтического мастерства и образования. В 60-е культ общения распространился на все структуры общества. Акцент сместился с труда на досуг. Вернее, досуг включил в себя труд. Будь то бригада строителей, геологическая партия или научно-исследовательский институт – атмосфера дружеского взаимопонимания казалась куда важнее производственных задач. Эпоха, когда несерьезное стало важнее серьезного, когда досуг преобразовывал труд, когда дружба заменила



административную иерархию, трансформировала и всю систему социально-культурных жанров»<sup>21</sup>.

С середины 1980-х годов в нашей стране произошли существенные изменения не только в политической жизни, но и общественном сознании.

«Начавшаяся “перестройка” и порожденные ею проблемы, привели государство и общества в состояние перманентного политического и экономического кризиса, который не был разрешен и после распада СССР и выделения “свободной” России как самостоятельного государства»<sup>22</sup>.

Ситуация в стране настолько обострилась, что открыла те проблемы, о которых раньше предпочитали либо молчать, либо делать вид, что их не существует. «Перестройка» и проблемы, вызванные ею, привнесли в общее состояние страны кризис, который не был разрешен и после распада Советского Союза.

Начавшаяся в 90-х «“криминальная революция” обнажила множество скрытых проблем и породила еще большее число новых. Широкие масштабы приобрела организованная преступность, для которой была создана самая благоприятная обстановка, значительно выросло число тяжких преступлений, при прямом попустительстве высшей власти шло открытое и откровенное разграбление государственной собственности»<sup>23</sup>.

Как нам кажется, именно такое тяжелое и порой убийственное положение в обществе, дало новый толчок для создания таких программ как: «Поле чудес», «Сто к одному», «Угадай мелодию» (в следующей главе мы более подробно расскажем о каждой из программ). Люди нуждались в чем-то гораздо более приятном, им не хотелось больше слушать о тех ужасных событиях, происходящих в стране. Данные передачи, как нам кажется, являлись неким светлым пятном.

---

21 Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. Другое поколение. М.: АСТ, Corpus, 2013. С.25

22 Наша история. 1980-1990-е годы. Перестройка и криминальная революция // Управление МВД России по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.xn--b1aew.xn--plai/history/12> (дата обращения 12.12.2016 г.)

23 Там же

«Последнее десятилетие, которое Россию наконец-то “не потрясло”, началось в 12 часов дня 31 декабря 1999 г., когда президент РФ Борис Ельцин выступил с телеобращением, в котором заявил о своей добровольной отставке и назначил исполняющего обязанности главы государства премьер-министра Владимира Путина»<sup>24</sup>.

Эти, уже более чем десять лет правления Владимира Владимировича, отразились не только на экономическом состоянии страны. Граждане, ранее столь недовольные политикой государства, не стали полностью счастливыми, их не избавили от страхов, но появилась хоть какая-то уверенность в завтрашнем дне. Развитие компьютерных технологий стало выводить интересы/потребности и, в конце концов, новости на новый уровень. Узнавать последние события стало проще, появилось разнообразие выбора. Люди стали более свободны в том, что им смотреть и когда.

В 2001 году, видимо, прочувствовав начинавшиеся «волнения» в стране российским телезрителям был представлена телевизионная игра «Слабое звено», аналог британского шоу «The Weakest Link».

Все изменения, происходившие в обществе, не могли не отразиться на СМИ, а если говорить обще, то на массмедиа.

Играть с аудиторией стало проще, можно преподносить информацию в более выгодном свете для той или другой стороны, зрители с большим интересом смотрят на интересную подачу материала, нежели на сухо зачитываемый текст, т. е. мы можем сказать, что игра стала неотъемлемой частью культуры.

В своей диссертации Виктор Андреевич Савицкий дает такое определение игры в журналистике: «Игра в журналистике, как правило, рассматривается в рамках ее развлекательного потенциала – как определенный развлекательный жанр (многочисленные теле-игры и радио-викторины, кроссворды, загадки-головоломки и т. д.). <...> Игра

<sup>24</sup> Добрынина Е. Десять лет в одном окне // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2010/12/30/politika-itogi-site.html> (дата обращения 12.12.2016 г.)

никогда не ограничивалась только рамками исключительно развлекательных жанров»<sup>25</sup>.

«Игра в медиапространстве проявляется через разнообразные приемы, техники создания собственного коммуникативного дискурса. Медиапространство в определенной степени следует назвать “тотальной игрой”, поскольку расширение его игрового поля, его проникновение наблюдается в разнообразных жанрах»<sup>26</sup>.

И действительно, последнее время все чаще можно заметить, что новостные программы в большей степени, нежели ранее, ведут некую игру со зрителем. Появляются игровые программы, ориентированные как на взрослых, так и на детей. Помимо этого появляются передачи узкой направленности: для музыкантов, спортсменов, интеллектуалов, политиков, юмористов, врачей и т.д. Получается телевидение старается подстроиться под запросы аудитории, под любого потребителя. «Жанровые признаки игрового телевидения формировались параллельно с тем, как происходила трансформация и перераспределение в практике электронных СМИ их имманентных функций. При этом новые в практике отечественного телевидения игровые форматы и жанры оказывают мощное воздействие на традиционные жанры»<sup>27</sup>.

В предыдущем параграфе мы говорили о том, что люди переносят игру в реальную жизнь, зачастую неосознанно, т. е. человек постоянно играет какую-либо роль: родителя, ребенка, руководителя, подчиненного, друга, супруга и т.д. Но можем ли мы сказать, что игровое телевидение действует подобным образом? С.Н. Ильченко придерживается положительного ответа на данный вопрос: «Современная практика телевидения выстраивается таким образом, что не только новейшие

---

25 Савицкий В.А. Игра как феномен журналистского творчества: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2010. С.3

26 Лисоколенко Т.В. Проблемы философии и социологии. Игра в медиапространстве [Электронный ресурс]. URL: [http://apfs.in.ua/v3\\_2015/15.pdf](http://apfs.in.ua/v3_2015/15.pdf) (дата обращения 12.12.2016 г.)

27 Ильченко С.Н., Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения. Автореферат. М. 2012. [Электронный доступ]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419>, свободный. Доступен 24.04.2017

технологии, но и ново образующиеся виды и формы вещания (интерактив, игровые программы, “reality show” и т. д.), активно формируют у публики восприятие телевидения как ситуации игры в реалии жизни»<sup>28</sup>.

Вопросами игрового отечественного игрового телевидения занимались множество теоретиков и практиков, также уже ранее были составлены классификации игровых программ. Мы не будем приводить все цитаты, которые повлияли на нашу работу, лишь назовем те, которые помогли при написании дипломного проекта. Среди изучаемых нами авторов можем отметить С.Н. Ильченко и С.С. Ильченко. Большинство нужной и полезной информации мы подчеркнули из таких работ, как: «Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы»<sup>29</sup>, «Отечественное телевидение на рубеже столетий»<sup>30</sup>, С.С. Ильченко также рассматривал вопросы игрового телевидения в своей работе «Индустрия телевизионных игр как эксплуатация интеллектуального потенциала»<sup>31</sup>. Мы пришли к выводу, что нам необходимо составить свою, авторскую, классификацию игрового телевидения (см. Приложение 1). Для анализа было взято 62 программы, которая выходили и все еще выходят на российский экранах, с 1970-го года – по настоящее время. Для классификации мы выбрали те телепередачи, которые являются либо игрой по жанру, либо те, в которых присутствует игровой элемент.

Все выбранные передачи мы проанализировали по классификации Р. Кайуа, которую разбирали выше.

---

28 Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. М., 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419> (дата обращения 24.04.2017 г.)

29 Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. СПб., 2008

30 Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009

31 Ильченко С.С. Индустрия телевизионных игр как эксплуатация интеллектуального потенциала // Журналистика в мире политики: Спрос на интеллект. СПб., 2008. С. 174-180

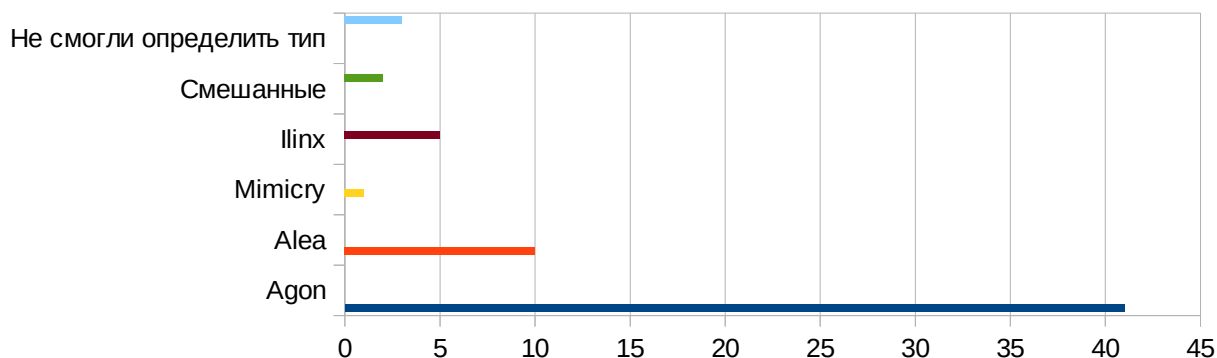


Рис. 1. Количественное распределение игровых программ на отечественном телевидении по видам игр (в соответствии с классификацией Р. Кайуа)

На этом графике видно, что большинство выбранных нами передач относится к типу игр Agon. Как нам кажется, это обусловлено тем, что данная разновидность является, на наш взгляд, одной из самых распространенных. Как мы уже отмечали выше: Agon – игра, при которой противники находятся в одинаковых, равных условиях изначально, а соперничают только в каком-то определенном признаке. К такому типу можно отнести все спортивные мероприятия, спортивные состязания, также к данному типу относятся соревнования профессионалов: танцоров, поваров, музыкальные соревнования.

Второе место занимают игры типа Alea, третье – Ilinx, четвертое – смешанные (поскольку существуют программы, которые невозможно отнести к какому-то одному типу, например: «Что? Где? Когда?»), также мы столкнулись с проблемой – мы не смогли определить тип у трех телепроектов – «Поединок», «К барьеру!», «За семью печатями».

Далее мы рассмотрели программы по стране производства.

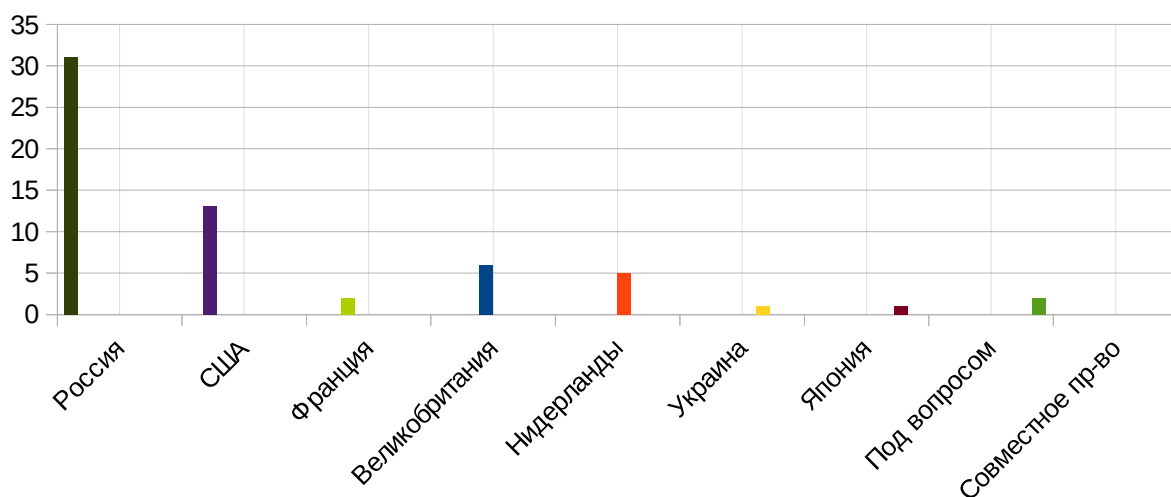


Рис. 2. Количественное распределение игровых программ на отечественном телевидении по странам происхождения оригинального формата

К нашему удивлению, российские телеканалы дублируют не только американские и английские «продукты». Среди стран, у которых мы позаимствовали идеи есть и Франция, Нидерланды, Украина, Япония. Помимо этого мы узнали, что на наших экранах ранее транслировалась передача совместного производства России и Украины – «Самый умный». Также мы не смогли точно определить страну-автора у трех программ, поскольку мы не смогли найти подтвержденной информации.

Исходя из нашей таблицы, мы узнали, что большинство, выбранных нами программ для анализа, российского производства – 31, заимствованных – 28.

Далее мы решили посмотреть, сколько программ выходило в СССР, а сколько уже в современной России. Мы разделили все программы на 5 этапов:

- те, которые выходили только в СССР (СССР);
- те, которые начали выходить в СССР и идут на российских каналах до сих пор (СССР – н.в.);
- программы, которые начали свое существование в СССР и по какой-либо причине прекратили свое вещание уже в России (СССР – РФ);

- передачи, которые начали выходить с 27 декабря 1991 и идут до сих пор (РФ – н.в.);
- телепроекты, которые начали выходить в России, но уже закончили свою жизнь на экране (РФ).

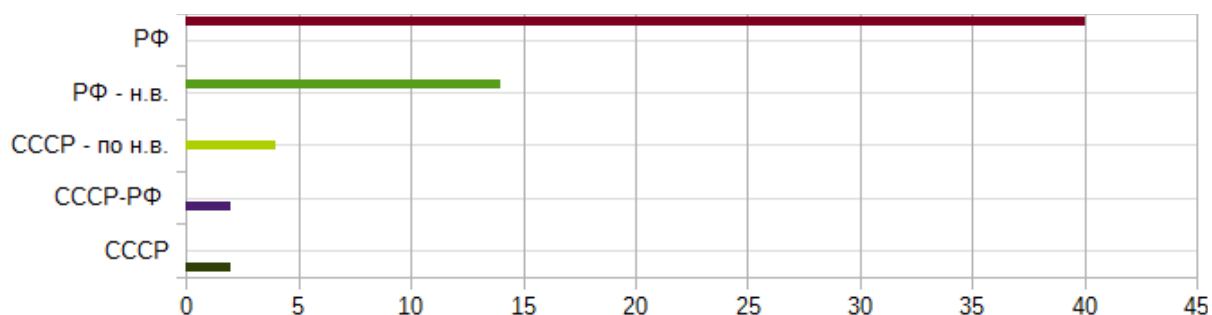


Рис. 3. Количественные данные производства отечественных игровых телепрограмм по историческим периодам

Из полученных данных мы видим: из выбранных нами программ для анализа только 4 теле-продукта начали свою «жизнь» на экране в СССР и актуальны до сих пор, среди программ отечественного телевидения продолжают существовать лишь 14. Как нам кажется, это обусловлено изменением положения не только на телевидение, но и в стране.

На какого содержания были программы? Мы решили разделить их по следующим критериям:

- Юмористические (Ю);
- интеллектуальные (И);
- развлекательные (Р);
- спортивные (С);
- азартные (А);
- общественно-политические (О-п);
- музыкальные (М);
- танцевальные (Т).

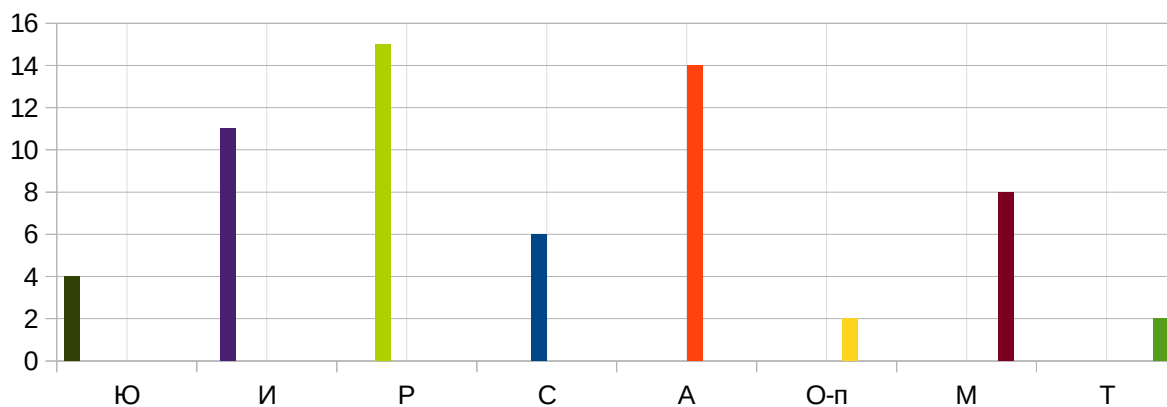


Рис. 4. Количественное распределение отечественных телеигр по содержанию

По получившимся данным мы узнали, что из выбранных нами программ больше всего было развлекательных – 15, на втором месте азартные – 14, тройку замыкают интеллектуальные – 11, на четвертом месте расположились музыкальные – 8, спортивные программы заняли пятое место – 6, юмористические оказались на шестом – 4, на последнем месте общественно-политические и танцевальные – 2.

Изучив подробно понятие игры, ее функции, положение игры в медиaprостранстве, исторический контекст появления выбранных нами программ, а также изучив классификацию игровых передач на отечественном телевидении, мы сделали выводы:

- игра – процесс осмысленной деятельности, который сопровождает живое существо на протяжении всей жизни;
- функции игры способствуют социализации, самореализации, помогают улучшить коммуникативные навыки, а также «возрождает» к нормальной полноценной жизни;
- игра в медиaprостранстве занимает особое место, с ее помощью у работников СМИ появился новый, более современный и интересный способ передачи информации;
- «игра» присутствует не только в игровых программах;



- изменения, происходящие в стране, отразились не только на политическом состоянии государства, но также на жизни обычных людей, а также на средствах массовой информации;

- поведение людей определено их культурой.

Изучив полученные данные, мы выбрали пять программ, на основе которых будет строиться наша работа:

1. «Что? Где? Когда?»;
2. «Поле чудес»;
3. «Сто к одному»;
4. «Угадай мелодию»;
5. «Слабое звено».

## **Глава II. Телеигра как отражение социокультурных процессов в обществе**

### **2.1. Викторины на отечественном телеэкране: концепции и история создания программ**

В данном параграфе нашей работы мы бы хотели рассмотреть этапы создания игровых телепрограмм «Что? Где? Когда?», «Сто к одному», «Поле чудес», «Слабое звено», «Угадай мелодию»: кратко опишем историю их развития, расскажем об изменениях внутри программ, а также рассмотрим нынешнее положение в эфирной сетке вещания.

Но для начала мы бы хотели объяснить, почему мы выбрали именно эти телепроекты. В первую очередь, мы хотели изучить историю и развитие таких программ, как «Что? Где? Когда?» и «Поле чудес» – эти две программы были созданы еще в СССР (одна в 1975-м году – время «хрущевской оттепели», вторая в 1990-м году – период распада СССР) и остаются популярными и по сей день. «Сто к одному» была создана в 1995-м году – время становления современной России, что удивительно, она по-прежнему держится в эфире, несмотря на то, что изменений в программе практически никаких не произошло. «Угадай мелодию» также начала свое существование в 1995-м году, но «жизнь» передачи не всегда была идеально ровной (подробнее мы расскажем ниже), но несмотря на все испытания, она продолжает выходить в эфир. «Слабое звено» просуществовала всего 7 лет, с 2001 года по 2008 год.

Каждая из этих передач, на наш взгляд, подходит для массовой аудитории. Здесь и музыка, и азарт, и знания. Такие программы гораздо легче воспринимаются аудиторией, нежели, например «Своя игра». В «Что? Где? Когда?», «Поле чудес», «Сто к одному» и «Слабое звено» обычные люди в какой-либо степени принимают участие в программах.

Даже в «Угадай мелодию» был период, когда участниками были не звездные участники, а обычные люди.

### **2.1.1. «Что? Где? Когда?»**

Телеигра «Что? Где? Когда?» появилась, как нам кажется, в самое нужное для страны время. Советский союз переживал на тот момент период «застоя». Зрителям, как никогда, нужна была передача, которая хоть на малый период времени, но сможет объединять и отвлекать от тяжелой ситуации. Леонид Лернер вспоминал: «Она объединила с помощью увлекательнейшей игры миллионы людей. Потому что я сам, своими глазами наблюдал, как вечера, когда телеклуб «Что? Где? Когда?» выходил в эфир, становились семейными праздниками. А может, еще и потому, что игра Ворошилова, блеснувшая как луч надежды в мрачные годы застоя, молодым как бы высветила будущее, а тех, кто постарше, вернула в детство и юность».

Игра «Что? Где? Когда?» – одна из самых любимых и долгожданных телепередач на советском телевидении. Впервые она появилась в эфире 4 сентября 1975 г. – этот день и считается днем рождения передачи. Идея создать уникальную и увлекательную игры родилась у Владимира Ворошилова (впоследствии В. Ворошилов был ведущим программы) и Наталии Стеценко.

Формат передачи был таков: две семьи, каждая у себя дома, сражались друг с другом, отвечая при этом на вопросы. Поначалу ведущего не было, два сюжета соединяли на монтаже. А для картинки брали фотографии из семейного фотоальбома.

В 1976 г. игра претерпела первые изменения – появился волчок с двумя стрелками. Но он показывал не вопрос, как сейчас, а игрока, который должен был ответить на вопрос. Что удивительно, в этом же году

игра начала меняться еще больше. Теперь ее по праву стали называть «телевизионный молодежный клуб».

Первыми игроками «Что? Где? Когда?» были обычные студенты МГУ. Когда волчок показывал на отвечающего игрока, то у него не было времени на обсуждение возможного ответа («минута обсуждения»): игрок должен был дать ответ без размышления. Что интересно, команды, как таковой, тоже не существовало – каждый студент играл сам за себя.

В 1977 г. игра претерпевает еще несколько изменений – появляется символ игры «Филин Фомка», «минута на обсуждение», а также, уже известный нам волчок, стал указывать на вопрос зрителя.

Как отмечал сам Ворошилов, своей главной находкой для телеигры он считал – «минуту обсуждения»: «Без этого важнейшего структурного момента передача “Что? Где? Когда?” просто не жила бы. Коллективное творчество – именно оно в первую очередь поражает зрителей. Казалось бы, простая вещь – и в то же время загадка: как удастся (да притом мгновенно!) решить общую задачу несколькими самостоятельным интеллектам?»<sup>32</sup>.

Изначально игроков никак не называли, однако в 1979 г. появился термин «знаток» – это стало привычным для описания участников игры, а клуб стали называть «клубом знатоков».

С 24 октября 1986 г. программа выходит в прямом эфире. Смотреть передачу в реальном времени могли только жители европейской части России, а зрители, живущие за Уралом, могли смотреть программу в записи через неделю (о том, что программа транслируется в записи, предупреждал титр на экране). Кстати, что удивительно, раньше, передачу сопровождал сурдопереводчик – картинка с ним была в углу экрана, позднее от этого отказались.

---

32 Лернер Л.В. Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». М.: Искусство, 1992. С.8

### 2.1.2. «Поле чудес»

Мы решили включить программу «Поле чудес» в нашу работу, поскольку она является одной из самых популярных на отечественном телевидении уже почти тридцать лет. Нам интересно узнать историю ее возникновения, проследить «жизнь» на экране, узнать, как она менялась со временем.

Свой путь на отечественном экране программа начала в тяжелый период для страны – период распада СССР. Курс, выбранный М.С. Горбачевым, нанес урон не только политической жизни страны, но и экономической стороне, стали возникать межнациональные конфликты, республики стали стремиться к независимой жизни. Это и многое другое в итоге привело к распаду, когда-то нерушимого Советского Союза.

В 1990-м году Владислав Листьев и Анатолий Лысенко после просмотра американской передачи «Wheel of Fortune» решили создать советскую «копию». Название также было позаимствовано, на этот раз из повести-сказки «Золотой ключик, или Приключения Буратино» Алексея Толстого<sup>33</sup>.

Изначально ведущим был «родитель» программы, Владислав Листьев, затем передача транслировалась с разными «первыми лицами», лишь в ноябре 1991-го года зритель увидел на экране Леонида Якубовича, который продолжает работать до сих пор.

Сам процесс игры проходит в три раунда, в каждом участвует три игрока. Затем идет финал, в котором соревнуются победители раундов.

Как и в большинстве подобных телепередач, ведущий в самом начале объявляет тему игры. Далее игроки и зрители видят на табло зашифрованное слово или словосочетание, которое предстоит угадать.

---

33 Поле чудес // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/shows/pole-chudes/o-proekte> (дата обращения 26.02.2017 г.)

Здесь у всех игроков стоит одна задача – отгадать загаданное слово быстрее соперников, чтобы заработать больше баллов.

В центре зала стоит большой барабан, который разделен на сектора с определённым количеством очков, которые игрок получит в случае верного ответа, также на барабане есть такие сектора, как:

- Приз – игрок может выбрать приз, либо продолжить участие;
- Плюс – у игрока появляется возможность открыть одну из букв зашифрованного слова;
- Ключ – ведущий дает игроку несколько ключей, один из которых от автомобиля. Игрок выбирает ключ, пытается открыть дверь «железного коня». Если дверь открывается – игрок забирает автомобиль, если нет – ход переходит к другому игроку. Стоит отметить, что у участвующего есть возможность отказаться от этого сектора, тогда игроку дарят 2000 очков за угаданную букву.
- Шанс – можно позвонить по телефону, для получения ответа или подсказки. «Номер дает случайный зритель в студии. Если на другом конце провода отвечают правильно, то ему высылают приз. Если игрок отказывается от данного сектора, считается, что ему выпал сектор с 1500 очков»<sup>34</sup>;
- Сектор Ноль – здесь все немного лояльнее, чем могло бы показаться сначала. Ход передается противнику, но очки не сгорают;
- Банкрот – когда выпадает данный сектор, то все заработанные баллы сгорают, ход уходит к сопернику;
- X2 – заработанные очки удваиваются, если правильно угаданная буква. (2 буквы – очки увеличиваются втрое, 3 букву – в четыре раза и т. д.).

Однако как же проходит сам процесс угадывания? Играть начинают с первого игрока, который ближе стоит к ведущему. Участнику поединка

---

34 Поле чудес // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/shows/pole-chudes/o-proekte> (дата обращения 26.02.2017 г.)

нужно раскрутить барабан, если стрелка останавливается с каким-либо числом очков, он называет букву. Если буква угадана верно – опять крутится барабан и буква называется снова. И так до тех пор, пока игрок не ошибется, отгадает слово, назовет неверное слово (в таком случае, игрок просто выбывает), либо же взял приз.

Когда определился победитель, собраны подарки на заработанные очки, ведущий обязательно предлагает сыграть в суперигру. Суть здесь состоит в том, что ведущий сам загадывает слово и предлагает участнику назвать несколько букв (количество определено ведущим). В случае, если буквы присутствуют в слове, они открываются. Далее у участника есть одна минута, чтобы отгадать слово. Если слово отгадано верно – призы остаются у игрока, если нет – выбранные подарки «сгорают».

В основном, игра почти не менялась в течение столь длительного времени. Были лишь небольшие дополнения, которые, в основном не прижились. «В начале 1990-х существовала «страховка», состоявшая из следующего: участники называли «несчастный случай» (например: дважды подряд выпадение сектора «Банкрот», не названо ни одной правильной буквы, вообще не дошёл ход и т. д.), и, если с участником происходило то, от чего он «страховался», он получал денежный приз. Каждую тройку, финал и суперигру проводили самостоятельные фирмы.

«В начале 1991 года появилась игра со зрителями, сидящими в студии, существовавшая до осени 2001 года. <...> Недолго во второй половине 1990-х в Суперигре существовал сектор “Поле чудес” среди суперпризов. Его выпадение означало вручение игроку майки, кепки и его освобождение от игры в суперигру без потери всего выигранного ранее»<sup>35</sup>.

---

35 Поле чудес // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/shows/pole-chudes/o-proekte> (дата обращения 26.02.2017 г.)

### 2.1.3. «Сто к одному»

Жизнь современной России началась тоже не так гладко, как хотелось бы. После распада СССР и «уход» республик на независимую форму правления, правительство и жители страны столкнулись с еще большим числом проблем, чем могли себе представить. Расслоение общества, разрушение устоявшихся норм и правил, упадок в медицине, рост бедности.

Именно в этот период программа «Сто к одному» выходит на отечественный экран. И вот уже более двадцати лет продолжает свое существование. За столь длительный промежуток времени она практически не изменилась, однако по-прежнему остается востребованной и интересной для аудитории. Почему? В чем ее секрет? Постараемся разобраться ниже.

Телеигра не является «родным» детищем отечественного телевидения. Программа берет свои корни от американской версии «Family Feud», которая выходит с 1976-х годов.

К российскому зрителю передача пришла лишь в 1995 году. Первый выпуск вышел на экраны 8 января, ведущим был, и остается, Александр Гуревич.

Суть игры заключается в том, что сражаются две команды, в каждой из которых 5 человек. Вся программа разделена на пять «игр»: простую, двойную, тройную, игра наоборот и большая игра. Важное место в передаче занимает табло, «которое отображает шесть самых популярных ответов на вопросы (изначально скрытых) и шесть индикаторов промаха (по три на команду). В большой игре табло содержит пять строк, содержащих по две названных игроками версии и количество людей,



ответивших также»<sup>36</sup>. Каждый ответ на вопрос стоит энное число баллов, количество баллов равно количеству людей ответивших также.

Как мы уже отметили, весь процесс состоит из пяти «игр», но изначально было 4 «игры»: простая, двойная, тройная и большая.

Простая игра начинается с некоего соревнования. К стойке ведущего, на которой находятся две кнопки, подходят капитаны команд (для удобства обозначим их как «Команда А» и «Команда Б») – ведущий озвучивает вопрос, после чего каждый игрок старается опередить противника – нажать кнопку быстрее, почти как во всем известной игре «Самый шустрый», правда, здесь вместо стульев – кнопки.

Кто нажал кнопку первый, получает право первым ответить на заданный вопрос, предположим эта «Команда А». Если версия есть на табло, а особенно если находится на первой строке, то игра продолжается с «Командой А». В противном случае, игрок «Команды Б» получает право также ответить на вопрос. При условии, если вариант «Команды Б» оказывается популярнее (на более высокой строке табло) ранее озвученного варианта, ведущий начинает играть с ними. Если этого не происходит, игра продолжается с противниками.

Если ни одному капитану не удалось открыть табло, то к столу ведущего подходят следующие участники команд.

Выяснив, какая команда угадала самый популярный ответ, ведущий переходит к основной части игры. Он задает по очереди вопрос каждому участнику команды, если версия присутствует на табло – игра продолжается, если нет – промах. Команда будет играть до тех пор, пока либо не будет полностью открыто табло, либо пока не наберет три промаха.

Если игра развивается по второму варианту, ведущий переходит к команде противников (например, «Команда Б») с блиц-опросом. От последнего игрока он задает вопрос каждому участнику, затем подходит к

36 Сто к одному // Официальный сайт телеканала Россия1 [Электронный ресурс]. URL: [https://russia.tv/brand/show/brand\\_id/9222/](https://russia.tv/brand/show/brand_id/9222/) (дата обращения 27.02.2017 г.)

капитану и предлагает выбрать либо один из озвученных вариантов, либо предложить свой. В случае, если «Команда Б» угадывает ответ на табло, все очки переходят к ним, если нет – очки достаются противникам. В случае, если командам не удалось отгадать все ответы, ведущий открывает табло полностью.

Суть двойной и тройной игр никак не отличается от простой. Разница лишь в том, что баллы за угаданный ответ удваиваются или утраиваются.

«Игра наоборот» самая молодая, если можно так сказать. Она появилась позднее всех, в 1997 году. Данный раунд также начинается с вопроса, но здесь командам предлагают угадать пятую или шестую строчки на табло, поскольку за них дается максимальное количество баллов. Если на протяжении первых трех раундов выигрывала, например, «Команда А», то после «Игры наоборот» команда соперников может выйти вперед.

Часто в данном раунде задают вопрос, который проверяет, если можно так сказать, знания игроков по истории стран, музыки, фильмов, литературы, т. е. те вопросы, которые прямым образом связаны с культурой человека и его образованностью.

Табл. 1. Распределение очков в «Игре наоборот»

1 строка	15
2 строка	30
3 строка	60
4 строка	120
5 строка	180
6 строка	240

Большая игра немного отличается по правилам от всех остальных раундов. В ней принимают участие всего два участника команды, набравшей наибольшее количество баллов (очков). Игрокам надо по

очереди ответить на 5 одинаковых вопросов (при условии, что игрок, который отвечает второй, не слышит ответов первого игрока). Первому игроку на ответы отводится 15 секунд, второму – 20, т. к. при ответе он может услышать звуковой сигнал, который означает, что его ответ совпал с ответом предыдущего игрока.

После опроса каждого игрока, ответы проверяют на табло, в сумме игрокам надо набрать 200 очков. В случае победы, команда получает главный приз – энную сумму денег.

Призовой фонд – один из тех немногих вещей, который менялся на протяжении всей «жизни» программы. «Главный приз, который доставался бы команде в случае выигрыша в Большой игре, с 8 января по июнь 1995 года составлял 5 миллионов рублей, с июня 1995 по декабрь 1997 года, составлял 10 миллионов рублей, с января по 20 сентябрь 1998 года, после денежной деноминации он составлял 5000 рублей, с 10 октября 1998 по 25 марта 2000 года – 10 000, с 1 апреля 2000 по 21 сентября 2014 года – 25 000 рублей, с 28 сентября 2014 – 50 000 рублей»<sup>37</sup>.

Вторая вещь, которая изменилась с течением времени – количество получаемых баллов в Большой игре. С недавнего времени, где-то с 2015 года, команде, участнику Большой игры, автоматически достается 20, 21, 22 балла (20 баллов – 20 лет в эфире, 21 балл – 21 год, 22 балла – 22 года, соответственно).

Но, несмотря на то, что передача практически не изменилась, она продолжает быть популярной и радовать зрителей. Некий Александр Смирнов делится своим отзывом в одном из блогов Интернета: «Вообще, я лично смотрю телеигру “Сто к одному” уже больше двадцати лет, и она мне совершенно не надоедает, хотя ее правила практически не изменились еще с 1995 года. Мне очень нравится этот еженедельный позитивный заряд, который несут участники данной телеигры, а также ее бессменный телеведущий Александр Гуревич. На самом деле, среди имеющегося

<sup>37</sup> Сто к одному // Официальный сайт телеканала Россия1 [Электронный ресурс]. URL: [https://russia.tv/brand/show/brand\\_id/9222/](https://russia.tv/brand/show/brand_id/9222/) (дата обращения 27.02.2017 г.)

засилия различной негативной информации, телеигра “Сто к одному” является настоящим лучом света в темном царстве российского телевидения. На первый взгляд, это простая развлекательная телепередача, но в ней присутствует не только соревновательный элемент, а еще и нормальное человеческое общение, поэтому в настоящее время данная телеигра активно популяризируется в российской части Интернета. Как говорится, этот бренд уже проверен временем, и сейчас уже можно смело говорить о том, что он полностью состоялся. Кроме того, телеигра “Сто к одному” является интерактивной телеигрой, поскольку в ответах на задаваемые вопросы участвуют обычные российские люди, и их ответы очень точно отражают нашу современную российскую действительность. Поэтому, если воскресным утром у Вас вдруг появилось настроение, то обязательно включайте телеигру “Сто к одному” на телеканале “Россия-1”»<sup>38</sup>.

Зрители отмечают, что им нравится простой и такой «человеческий, обыденный» подход игры к вопросам. В программе важен жизненный опыт, который помогает быстро сориентироваться и ответить на очередной вопрос ведущего. Часто в передаче можно услышать, как ведущий просит игроков быть «чутьочку проще» и отвечать на вопросы, как могли бы ответить люди на улице.

«Мне очень нравится эта передача. У нас на телевидении очень много программ подобного формата, где необходимо знать очень много различных вещей, ориентироваться в разных сферах. У “Сто к одному” подобная идея – игроки отвечают на вопросы, но здесь отвечают не по книгам, а на основе жизненного опыта. Мне очень интересно наблюдать за игрой со стороны, иногда я отвечаю также как большинство, а порой “открываю” все табло. Очень нравится последний раунд» (см. Приложение 2).

---

38 IRecommend [Электронный ресурс]. URL:<http://irecommend.ru/content/vse-budet-khorosho-ili-kak-luchshe-vsego-izbavitsya-ot-plokhogo-nastroeniya-voskresnym-utrom> (дата обращения 29.03.2017 г.)

Игра начала существовать в середине 90-х годов, когда материальная составляющая занимала более высокую ступень. Ей не пришлось перестраиваться под новые потребности людей в связи с тяжелым положением в стране. Как нам кажется, передача смогла найти свою нишу, свою аудиторию благодаря своему простому, человеческому отношению к зрителям, гостям программы.

#### **2.1.4. «Угадай мелодию»**

«Угадай мелодию» началась в тот же период, что и «Поле чудес». Автором и основателем программы был Владислав Листьев. Передача выходила в эфир с некоторыми перерывами (1995-1999 г.г.; 2003-2005 г.г.; 2013 – по наст. Время). Ведущим был и остается по сей день Валдис Пельш. Он проверяет «музыкальную грамотность» участников игры оценивает ее по курсу Центробанка России<sup>39</sup>.

Игра состоит из трех этапов и суперигры. В первом участвуют все игроки (3 человека), каждому предлагается четыре музыкальные категории, в каждой из которых спрятано четыре мелодии. «Я угадаю эту мелодию с ... нот!». У каждой ноты есть некая стоимость. После выбора количества мелодий, с помощью которых игрок надеется угадать мелодию, звучит сама композиция. При верном ответе – стоимость ноты идет в копилку участника. После этого тот же человек может выбрать следующую категорию. При неудачном ответе – игрока наказывают, придется пропустить два хода, т. е. две мелодии.

Правила второго раунда немного схожи с первым, но отличие все-таки есть. Здесь отсутствуют ноты. «При выборе одной из четырёх категорий сразу начинает звучать музыка, и пока она играет, соответственно, увеличивается и стоимость мелодии. Начинается с 50 р. в

---

<sup>39</sup> Угадай мелодию // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/ugadai> (дата обращения 26.02.2017 г.)

«Угадай мелодию» и «Угадай мелодию-3» и 1500 р. в «Угадай мелодию-2», за одну секунду возрастает примерно на 10 и на 3 р. соответственно. В каждой категории четыре мелодии и своя стоимость»<sup>40</sup>. Есть и еще одно отличие – в конце раунда игру покидает один участник – тот, кто заработал меньшее количество баллов.

В третьем туре зрителей и игроков ждет совершенно другая игра. «Ведущий дает двум оставшимся игрокам подсказку для мелодии – о чем эта песня. После этого начинаются импровизированные “торги” – игроки говорят друг другу, с какого количества нот они смогут угадать эту мелодию. Можно назвать любое число нот от 3 до 3. “Торги” начинает тот, у кого больше денег на счету. Дальше ситуация развивается, как на аукционе: до наименьшего числа нот. Участник в любой момент может прекратить “торги” и отдать право угадывать мелодию сопернику. Торги также прекращаются, если кто-то сказал, что угадает мелодию с трех нот. На рояле, находящемся в студии, проигрывают количество нот, на которых остановились “торги”. После этого игроку необходимо угадать. Если отвечает правильно – получает один балл. Если нет – балл получает его соперник. Игра идет до тех пор, пока кто-либо не наберет три очка. Набравший три очка участник выходит в суперигру, другой же участник выбывает»<sup>41</sup>.

В суперигре участник не теряет все заработанные в предыдущих этапах деньги. Игроку нужно будет за ограниченное время, всего 30 секунд, угадать 7 мелодий. Если он не узнает какую-либо мелодию, он может оставить ее напоследок. Игрок становится абсолютным победителем, если угадывает все мелодии в отведенное время, если 30 секунд истекли раньше, либо участник хоть раз ошибется, он считается проигравшим.

Как нам кажется то, что программа до сих пор есть в эфире (пусть ее путь на экране и не слишком гладок), значит, она действительно остается

---

40 Угадай мелодию // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/ugadai> (дата обращения 26.02.2017 г.)

41 Там же

востребованной. В подтверждение наших слов мы можем сказать, что в январе 2013 года, когда программа вышла на экран после достаточного длительного «отпуска» в адрес Первого канала пришло множество писем зрителей, которые просили вернуть передачу в эфир.

«Я так рада, что эта передача опять появилась на наших экранах. Сразу вспоминается детство, когда мы всей семьей сами пытались угадать мелодии, которые звучат с телеэкрана. Очень музыкальная, веселая, позитивная программа. Можно посмотреть с детьми, не опасаясь, что на экране появятся нецензурные выражения или иное не предназначенное для детских глаз видео. Удовольствием подпеваем всем участникам программы, которые в большинстве своем знаменитости. Приятная атмосфера в студии, яркие декорации, качественная живая музыка присутствует. Что еще надо? Главное нет интриг, споров и убийств, которыми практически заполнено наше телевидение»<sup>42</sup>. «ТВ-передачу с Валдисом Пельшем “Угадай мелодию” помню давно, смотрела ее когда ходила в школу. Тогда не было компьютера, телефона и уж тем более интернета (по крайней мере у меня). Приходилось вечерами сидеть в телевизоре и смотреть передачи. Про “Угадай мелодию” ничего плохого сказать не могу, она мне нравилась. Нравился забавный “многоговорящий” и размахивающий руками ведущий, интересно было раньше участников угадывать мелодии, иногда подсказывать <...>, веселая, легкая, смешная и не напрягающая передача на вечер. Можно смотреть как взрослым, так и детям»<sup>43</sup>.

Но есть и те, кому данная игровая программа не по душе: «Если сравнивать передачу “Угадай мелодию” лет 10 назад, то от нее была в восторге вся семья. Все песни были знакомыми и узнаваемыми, и это были песни. А сейчас? Недавно включила <...>, попалась под руку эта передача, ну думаю, дай-ка гляну, что сейчас угадывают. Я пришла в

42 Отзовик [Электронный ресурс]. URL:[http://otzovik.com/review\\_661015.html](http://otzovik.com/review_661015.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

43 Отзовик [Электронный ресурс]. URL:[http://otzovik.com/review\\_428656.html](http://otzovik.com/review_428656.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

культурный шок. Во-первый, в передаче теперь участвуют только звезды. Раньше же принимал участие простой народ. Во-вторых, сейчас угадывают музыку: из какой рекламы, или музыку из какой передачи! <...> Где песни – известные, узнаваемые? Какая реклама? Какие передачи? В общем, оценка моя: 1! Из передачи “Угадай мелодию” сделали просто рекламную-акцию звездам и телеканалам с товарами и услугами»<sup>44</sup>.

И подобных отзывов много, мы не считаем нужным приводить все их здесь. Как нам кажется, именно из-за такого нестабильного мнения зрителей, передача и живет немного не стабильно. В настоящее время зрители хотят видеть в кадре какое-то движение, развитие (не только на протяжении одной эфирной программы, но и развитие самой передачи в целом).

**Подводя итог** нашим рассуждениям, мы хотели бы сказать, что каждая из вышеописанных нами передач достойна уделенного ей внимания. Каждая из них находила и находит своего зрителя, на них есть спрос. Мы специально рассматривали передачи именно в таком порядке (начинали от самой взрослой до самой молодой). Из нашей работы мы видим, что то, что было придумано еще в СССР и в период 90-х до сих живет на экране, не сдавая своих позиций. С чем это может быть связано? Как нам кажется, в основном, с тем, что в период их возникновения авторы программ смогли почувствовать потребности аудитории, а далее, по прошествии времени, могут подстраиваться под своего зрителя. Следит за новыми тенденциями, интересами. И это, несомненно, идет им в плюс.

### **2.1.5. «Слабое звено»**

После досрочного ухода Б.Н. Ельцина с поста президента, его место занял В.В. Путин. В первые несколько лет своего «правления» президент

---

<sup>44</sup> Отзывик [Электронный ресурс]. URL: [http://otzovik.com/review\\_440167.html](http://otzovik.com/review_440167.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)



провел несколько реформ, которые отразились не только на политическом состоянии страны, но и оказали свое влияние на социально-экономическую сторону.

Именно в этот период российский зритель смог наблюдать еще один заимствованный продукт – «Слабое звено». На этот раз за основу взяли британский аналог «The Weakest Link». На российских экранах программа появилась в сентябре 2001 года. Стоит отметить, что она сразу вызвала большой резонанс.

Сама игра заключается в том, что команда из семи человек пытается выиграть главный приз – около 400 000 рублей. Интересный нюанс – все игроки ранее никогда не были знакомы друг с другом.

Ведущий не объявляет тему, не говорит каких-то приятных, добрых и милых речей. Игра проходит в довольно жестком и строгом формате. Ведущий задает вопрос игроку, чье имя первое по алфавиту, дальше участники отвечают по очереди. Если игрок отвечает верно – в копилку команды уходит определенная денежная сумма (в одном раунде можно заработать до 50 000 рублей), если нет – все деньги команды из копилки сгорают. Таким образом, игроки набирают определенную цепочку правильных ответов, при неудаче, отказе игрока отвечать («Пас!») – цепочка разрывается и все приходится начинать с самого начала.

Однако «спасти» уже выигранную сумму можно – если участник команды, которому задается вопрос, успевает до самого оглашения вопроса, сказать «Банк!», то сумма сохраняется. Даже если игрок неверно ответит на вопрос, цепочку правильных ответов придется собирать сначала, но деньги останутся.

Еще одной особенностью игры является то, что после каждого раунда один из участников команды выбывает. Именно из этой игры идет одна из самых известных фраз: «Вы – самое слабое звено! Прощайте!».

Но как же игроки выбывают? После каждого раунда, все участники команды голосуют (пишут на табличке имя того игрока, который, по их

мнению, должен покинуть команду), позже все голоса подсчитываются и объявляется имя выбывшего. «Если складывается ничья, окончательное решение принимает игрок раунда (если получалось одинаковое количество голосов против сильного звена и любого одного другого игрока, то игрок, который был сильным звеном, мог принять решение, кто из <...> оставшихся игроков покинет игру). По правилам игры он имеет право по собственному желанию изменить свое мнение»<sup>45</sup>.

Несмотря на то, что игра просуществовала всего семь лет, изменения с ней происходили с завидной регулярностью.

- Изначальное количество участников – 9, приз – 300 000 рублей;
- в 2001 году участников стало 8, приз – 400 000 рублей;
- первый год игра проходила со зрителями, однако спустя время от зрительного зала решили отказаться;
- в 2004 году количество участников команды снова сократили, на этот раз до 7 человек, приз – 350 000 рублей;
- до 2004 года в честь различных праздников проводили игры, в которых главный приз был миллион рублей, в вышеупомянутом году от этой идеи также решили отказаться;
- в 2007 году зрители увидели нового ведущего, Николая Фоменко (до этого была Мария Киселева), а максимальная сумма выигрыша в специальных выпусках снизилась до пятидесяти тысяч рублей.

Почему же передача ушла с экранов? Можно было бы предположить, что она не пользовалась популярностью, но в Интернете мы нашли множество положительных отзывов: «Вспоминая данную телепередачу, шедшую в самом начале 2000-х годов, сразу хочется выделить огромную роль ведущей. Мне кажется, без Марии Киселевой

---

45 Слабое звено // Официальный сайт программы [Электронный ресурс]. URL: <http://wmedia.ru/#projects-317.html> (дата обращения 26.02.2017 г.)

нашей прославленной синхронистки, передача не стала бы такой популярной. Сама идея этой игры в те годы была очень новой для нашего неискушенного зрителя, хоть и была скопирована с западного ТВ. Не знаю как там у них <...> было с ведущей, но наша, не выражавшая никаких эмоций, кроме жесткого “Вы – самое слабое звено! Прощайте!” мне очень нравилась. Это было интригующе и в то же время познавательно. Интересные вопросы, зарабатывание денег, волнение – кого назовут самым слабым звеном и само голосование. Не всегда площадку покидал самый не эрудированный, иногда выгоняли и умных игроков»<sup>46</sup>; «Программу старался вообще не пропускать. Передача мне очень нравится, потому что она интеллектуальная, интересная, захватывающая, ведущая Мария Киселева замечательно вела программу, нравилась больше всего ее фраза: “Вы – самое слабое звено! Прощайте!”. Сначала принимало участие 9 участников, тогда зрители сидели, позже начало играть 8 игроков, а потом и вовсе 7. Очень жаль, что программу “Слабое звено” закрыли, но в 2007 году программа вернулась, но уже на Пятом канале, и вот тогда программу испортили окончательно, много ляпов нашел, ведущий Николай Фоменко несерьезный, плохо вел программу, голос диктора раздражал, и на кастинг собирали неумных людей, выигрыши были маленькие»<sup>47</sup>; «Передача вышла на экраны ровно 15 лет назад, в сентябре 2001 года и взорвала наши зрительские сердца жестокостью фразы, которая с тех пор стала крылатой: “Вы – самое слабое звено! Прощайте!”. Все мои знакомые и незнакомые тоже разделились на два лагеря – кто ненавидел эту игру за жесткие правила и довольно-таки грубое поведение ведущей, без всяких эмоций выкидывающей игроков после каждого пройденного раунда. Лично мне эта передача тогда очень нравилась, я, будучи студенткой четвертого курса психологии, и считающая себя весьма грамотной, старалась успевать отвечать вместе с

46 Отзовик [Электронный ресурс]. URL: [http://otzovik.com/review\\_3278194.html](http://otzovik.com/review_3278194.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

47 Отзовик [Электронный ресурс]. URL: [http://otzovik.com/review\\_2594546.html](http://otzovik.com/review_2594546.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

игроками. Причем вполне успешно. Но это эффект, так сказать, подсказывающего. Когда с места тебе кажется, что ты знаешь все, а у доски, под строгим взглядом, тушуешься. Сейчас, наверное, такое поведение во время игры, какое было у Киселевой, выглядело бы смешно, и передача вряд ли бы имела успех, но тогда ее смотрели все! Последний год передачу вел Николай Фоменко (2007-2008 г.г.), но было уже не так интересно, рейтинги упали и проект закрыли»<sup>48</sup>.

Возможно, вот он – ответ на наш вопрос. Многим зрителям импонировала сама идея такая жесткого и, порой, жестокого обращения с игроками. Нравилась сила и стать ведущей. Однако, после того, как на смену Киселевой пришел Фоменко, как отмечают зрители, программа стала сдавать свои позиции. Ведущий не мог уйти от облика «диктора», игроки не отвечали тому уровню, которого от них ждали, постепенно рейтинги стали падать. Как нам кажется, постепенно и спрос на данный тип передачи стал снижаться, людям захотелось чего-то не такого строгого (данная тенденция, на наш взгляд, наблюдается и по сей день).

## **2.2. Содержательные и формальные особенности игровых телепроектов в различных социокультурных условиях**

Все мы понимаем, и все мы знаем, что ведущий очень важен в любой телепередаче. Он – лицо программы. От его работы зависят рейтинги, интерес зрителей, то, какая судьба ждет «продукт» в дальнейшем.

Ведущий не только красиво улыбается и читает заранее подготовленный текст, он следит за порядком в зале, следит, чтобы правила программы не были нарушены, взаимодействует со зрителями (если они есть) и с аудиторией.

---

<sup>48</sup> Отзовик [Электронный ресурс]. URL:[http://otzovik.com/review\\_3723024.html](http://otzovik.com/review_3723024.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

Помимо всего прочего, ведущий может намеренно провоцировать острые ситуации, дабы добавить интересных моментов программе, стоит вспомнить одну из выбранных нами программ – «Слабое звено».

Разумеется, ведущий должен уметь грамотно выстраивать свою речь, связно формулировать свои мысли, быть харизматичным, веселым и одновременно серьезным. Он должен уметь быстро реагировать на различные форс-мажоры, т. е. уметь импровизировать.

Аудитория является одним из основных факторов, влияющих на существование программы. Желания зрителей постоянно изучаются, проводятся социальные опросы на сайтах телеканалов, измеряются рейтинги, отслеживаются отзывы. Авторы и продюсеры могут повести передачу как «вверх по лестнице», так и загубить весь свой предыдущий труд.

Что же понимается под теми факторами, которые могут «решить судьбу» программы:

- В первую очередь – целевая аудитория. При составлении некоего плана, по которому тот или иной телепродукт будет развиваться, нужно сначала определиться, для кого составляется программа. Возраст, пол, интересы, социальный статус, образование – изучив все это, можно выявить для себя целевую аудиторию;
- Наличие зрителей в студии – это может как привлекать поклонников передачи, находящихся по ту сторону экрана, так и отталкивать;
- Сами участники передачи – их интеллект, профессии, род деятельности, хобби – все это важно для аудитории;
- Обратная связь с аудиторией.

### 2.2.1. «Что? Где? Когда?»

За несколько дней до распада Советского союза, в зимней серии 1991 г., игра изменила свою направленность и превратилась из «интеллектуального клуба» в «интеллектуальное казино». Девизом программы стала фраза «Интеллектуальное казино – единственное место, где можно заработать деньги своим собственным умом».

Игровой стол был разделен на красные и чёрные секторы, и каждый вопрос отныне имел свою «стоимость» в рублёвом эквиваленте. В дополнение к этому в июне 1992 г. появился сектор «Zero», который был призван заменить «зеленый сектор», который в 1991 г. стоил 20 000 рублей, что на тот период было огромной суммой.

Как мы уже говорили, ведущий Владимир Ворошилов не выходил в зал, он вел всю игру за кулисами. Однако если стрелка волчка показывала на сектор «Zero», то ведущий выходил к знатокам, выбирал одну из трех лежащих на столе карт, на которых, как правило, были записаны собственные вопросы Ворошилова. Владимир Яковлевич делал это в своей собственной особенной манере, так, что иногда игрокам и зрителям было трудно понять, где же заканчивается введение и начинается вопрос. Можно сказать, что Ворошилов делал это специально, поскольку такой вариант игры он называл «игрой интеллектуального казино против знатоков». В этом раунде игра шла на собственные деньги, как гостя, так и «знатоков».

На протяжении 4 лет (с 1994 по 1998 годы) в игре разрешалось делать ставки, то есть играть как в настоящем казино, – ставить фишки на сумму, равную стоимости сектора. Что интересно, если стрелка волчка указывала на выбранный сектор, то разыгрываемая сумма увеличивалась в 10 раз. Если в 1994 – 1995 ставку делала играющая команда, то с 1996 по 1998, когда команды в клубе были расформированы, каждый игрок ставил сам за себя. Появились спонсоры и защитник интересов «знатоков».

Как всем известно, ведущий почти всегда был за кадром. Зрителям это казалось оригинальной задумкой ведущего, это создавало некое таинственное и загадочное впечатление.

Однако отсутствие ведущего это вовсе не идея самого Ворошилова. Как всем нам известно, Владимир Яковлевич вел еще одну увлекательную игру «А ну-ка, парни!». ««В передаче шло единоборство, соперничество, происходили даже своего рода дуэли. И вскоре на одной из телевизионных летучек я услышал: “Не забывайте, что эти парни – советские парни. А как они себя ведут? Рев моторов, пальба, борьба – сплошной боевик! Они же совершенно не размышляют! Найдите что-нибудь такое, чтобы они у вас думали”. От меня стали требовать, чтобы в программу, идущую на одном дыхании, я ввел бы конкурсы на эрудицию. Но я понимал: либо мне придется самому убить своих “парней” этими конкурсами, либо... пусть их убивают без меня. И убили – закрыли передачу»<sup>49</sup>.

После закрытия популярной передачи Ворошилов создал «Что? Где? Когда?»: «По ее поводу тоже было немало нареканий. Но, как видите, убирать с экрана “знатоков” начальство не стало.

– Зато вас, насколько я понимаю, все же убрали за экран?

– Да, категорически, усмехается Ворошилов. – И таким образом обеспечили мне ту самую таинственность.

... Думал ли кто-нибудь из зрителей, что все объясняется так просто? Не допущенный телевизионными чиновниками в кадр, режиссер превратил этот нелепый запрет в блестящий игровой прием»<sup>50</sup>.

Владимир Ворошилов не выходил в зал, он вел всю игру за кулисами. Однако если стрелка волчка показывала на сектор «Zero», то ведущий выходил к знатокам, выбирал одну из трех лежащих на столе карт, на которых, как правило, были записаны собственные вопросы Ворошилова. Владимир Яковлевич делал это в своей собственной

---

49 Лернер Л.В. Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». М.: Искусство, 1992. С.8

50 Там же

особенной манере, так, что иногда игрокам и зрителям было трудно понять, где же заканчивается введение и начинается вопрос. Можно сказать, что Ворошилов делал это специально, поскольку такой вариант игры он называл «игрой интеллектуального казино против знатоков». В этом раунде игра шла на собственные деньги, как гостя, так и «знатоков».

После смерти Ворошилова его место занял Борис Крюк. Он смог перенять от «родителя» программы некоторые качества. Борис Александрович очень ловко и умело поддерживает в зале правильный игровой настрой, можем сказать, это даже похоже на небольшой конфликт между ведущим и игроками. Делается это, наверняка, намеренно, дабы поддерживать интерес и остроту программы.

Но все же нынешний ведущий «Что? Где? Когда?» не унаследовал той жесткости и строгости Ворошилова. Он более спокойный и лояльный, бывают случаи, когда кажется, что ведущий откровенно подыгрывает знатокам, но в следующий момент, он встает на сторону зрителей.

Одна из основных функций ведущего, как мы отмечали выше – умение следить за правильным ходом игры. У Бориса Крюка получается отлично. Он не дает нарушать правила никому, в случае даже малейшего намека на подсказки, он наказывает и знатоков и гостей зала. Порой он специально провоцирует конфликт, но все это делается с единственной, на наш взгляд, целью – поддержать интерес и остроту у зрителя.

Как известно, изначально данная программа была не особо популярна. «Зрителей смущала атмосфера в студии: вечный шум в периоды обсуждения знатоками вопроса»<sup>51</sup>. Однако позже формат все же стал более привычным для зрителя.

Стоит отметить, что авторы программы заботились о своих зрителях. С 24 октября 1986 г. программа «Что? Где? Когда?» выходит в прямом эфире. Смотреть передачу в реальном времени могли только жители европейской части России, а зрители, живущие за Уралом, могли

51 Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли. М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2007. С.20



смотреть программу в записи через неделю (о том, что программа транслируется в записи, предупреждал титр на экране). Кстати, что удивительно, раньше, передачу сопровождал сурдопереводчик – картинка с ним была в углу экрана, позднее от этого отказались.

В 1986 г., когда программа вышла в прямой эфир, Владимир Яковлевич Ворошилов провел уникальный эксперимент по подсчету рейтинга программы. У ведущего был специальный частотомер, который измерял частоту тока в сети. Телезрителям было предложено выключить свои телевизоры на 10 секунд – и по скачку в напряжении сети был получен процент смотрящих от общего числа потенциальных телезрителей.

« – Прошу всех, кто смотрит сейчас нашу программу, на десять секунд выключить свои приемники! – произнес ведущий перед началом финала 1986 года. Так был проведен эксперимент, который определил степень популярности этой телеигры. Компьютер выдал рекордную цифру: финал собрал у экранов владельцев пятидесяти миллионов телевизоров!»<sup>52</sup>.

По той же схеме проходило голосование за лучший вопрос финала. Сначала было предложено выключить свои телевизоры на 10 секунд всем телезрителям, затем только зрителям, голосующим за первую команду, и затем только зрителям, голосующим за вторую команду. Необычный способ голосования основывался на том факте, что при снижении нагрузки на генераторы электростанций происходит увеличение частоты тока.

«Родители» программы по-прежнему принимают письма, с помощью которых ведется общение с аудиторией. Правда, возможно, сейчас это делать гораздо проще – в век технического прогресса общение может проходить гораздо быстрее и продуктивнее посредством электронной почты.

<sup>52</sup> Лернер Л.В. Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». М.: Искусство, 1992. С.3

В ходе нашей работы мы нашли несколько сайтов-блогов, на которых зрители делятся своим мнением о выпусках: у многих зрителей иногда появляется недоверие к игрокам, кажется, что раньше знатоки были умнее, начитаннее, образованнее: «Передача, увы, давно уже далеко не самая умная. Смотреть ее стало неинтересно. А “джентльмены” в бабочках, “дамы” в боа и представители банков на заднем плане ничуть не улучшили некогда добрую и азартную атмосферу молодых интеллектуалов, блещущих умом и получающих в награду... Книги», - так высказался один из зрителей (Гость №4607) программы на одном из сайтов<sup>53</sup>. Такого же мнения придерживается и еще один зритель телеигры Александра Тютинина: «Мне кажется, уровень вопросов снижается. Уровень игроков уже давно снизился. Сидят там в своих бабочках и деньги зарабатывают. Очень интересно пересматривать старые выпуски» (см. Приложение №2).

Юлия Кузнецова, которая смотрит каждый выпуск программы отмечает: «Уровень вопросов может быть, действительно, чуть-чуть снизился, но там по-прежнему есть много хороших. Игроки появляются новые, молодые: какие-то вообще ужасно играют (как например, в последний раз сыграла команда Рудера и Повышевой), но они при этом и не проходят в следующую серию игр. Там по справедливости играют те, кто реально круто играл. Радует, что сейчас осталось несколько команд-ветеранов и полуветеранов. Например, команды Касумова и Мухина отлично играют, но они не такие ветераны как, например команды Козлова и Сиднева. То, что роли хранителей традиций и защитников интересов телезрителей распределены по отдельным лицам, неплохо. И почему бы там не присутствовать банкирам, когда они деньги платят из своего банка, они это все спонсируют» (см. Приложение №2).

---

53 Падерина К. Ведущий «Что? Где? Когда?» Борис Крюк: У меня есть 20 лет, чтобы подумать, кому доверить нашу игру [комментарий к материалу] // Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26428/3300586/> (дата обращения 19.11.2015 г.)

Но, все же, многие зрители с недоверием относятся к данной игре. Они считают, что знаток играют больше из-за материальных наград и возможных денежных призов: «Раньше смотрела, теперь – нет и уже давно. Интеллект тут очень специфический. Куча разрозненных поверхностных сведений. Но, если игрокам нравится, тем более бизнес есть бизнес – этот лучше многих»<sup>54</sup>

Но сами знатоки утверждают – для того, чтобы ответить на вопросы не нужно никаких сверхъестественных способностей, достаточно школьных знаний: «Чтобы справляться с вопросами в рамках “Что? Где? Когда?”, достаточно хороших знаний средней школы. Если у вас по физике, литературе, географии была твердая тройка – но своя, законная, а не натянутая, – знаний вполне хватит. А дальше все достигается тренировками. Но это все равно не гарантирует места в команде. Игра ведь не в знания, не в факты. “Что? Где? Когда?” – это игра характеров и противостояния личностей. А вопросы – просто повод схлестнуться в схватке»<sup>55</sup>.

При написании работы, мы решили узнать, насколько популярна данная телепередача среди россиян. Согласно данным исследований компании TNS<sup>56</sup> в январе 2017 года телеигра «Что? Где? Когда?» занимала 49 место среди 100 самых популярных телепередач России. Рейтинг программы 4%, для программы, которая в эфире уже более сорока лет в эфире.

Хотим также отметить, что программа настолько популярна, что существуют даже версии данной телеигры в других странах, а в школах и университетах есть свои турниры игры «Что? Где? Когда?».

---

54 Алексеенко Л. Борис Крюк: «Сегодняшние знатоки стали гораздо умнее» [комментарий к материалу] // Аргументы и факты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aif.ru/tvgid/article/61934> (дата обращения 19.11.2015 г.)

55 Занимонец А. “Ровшан Аскеров”: « Я категорически против термина профессиональный знаток» // Онлайн-журнал Tele.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tele.ru/stars/interview/rovshan-askerov-ya-kategoricheskii-protiv-termina-professionalnyy-znatok/> (дата обращения 19.11.2015 г.)

56 Анализ рекламы: сравнительный анализ рынка рекламы в России [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/> (дата обращения 19.11.2015 г.)

Подводя итог под нашим рассуждением, мы можем сказать, что игра трансформировалась из-за того, что менялись условия жизни в целом. Да, на первый план вышла материальная составляющая, но ведь такая тенденция наблюдается последние 15-20 лет.

Как мы отмечали раньше, в начале 1990-х годов игра изменила свою направленность и превратилась из «интеллектуального клуба» в «интеллектуальное казино». Скорее всего, изменение передачи было просто необходимо. Изменились требования к жизни и условия жизни, изменились и ценности.

С нашим мнением согласна Светлана Дубровина, которая смотрит передачу с 80-х годов. В разговоре с нами Светлана отметила: «Когда я смотрела игру «Что? Где? Когда?» в 80-ые годы прошлого века (ужас как звучит) она казалась необыкновенно интересной. Каждый выпуск был Событием. Восхищали энциклопедические знания знатоков, атмосфера казино в передаче. Знатоки и телезрители получали за выигрыш дефицитные книги, и мне тоже хотелось найти такой вопрос, чтобы он был достоин прозвучать по телевизору. С течением времени передача изменилась, но, на мой взгляд, не стала хуже. Тогда это был клуб интеллектуалов, но обычных советских людей. Сейчас это элитный клуб интеллектуалов. Создается впечатление, чтобы попасть в число знатоков недостаточно быть просто умным, нужно еще быть успешным в своем деле (профессии). В числе членов клуба знатоков появились спонсоры: банкиры, страховщики, адвокаты. Я думаю, что это требование времени. Это не хорошо и не плохо, кто-то должен спонсировать выигрыши и получать за это рекламу в таком качественном телевизионном шоу. Люди и компании, которые там мелькают, должны иметь хорошую деловую репутацию. Раньше в правилах игры была возможность увидеть ведущего, когда выпадал сектор «0» (зеро), выходил потрясающий Ворошилов и немного общался со знатоками. Сейчас ведущий к публике не выходит, но

это тоже создает своего рода интригу, только голос за кадром. На мой взгляд, игра изменилась, идет в ногу со временем» (см. Приложение №2).

### 2.2.2. «Поле чудес»

«Поле чудес» никогда не позиционировала себя как интеллектуальная программа, направленная на поднятие культурного облика зрителей. В самом названии заложен посыл передачи – капитал-шоу. Возможно, именно поэтому она и остается популярной до настоящего времени, однако, в основном, среди более взрослого поколения. Телеигра развлекает, забавляет, позволяет отдохнуть после тяжелого трудового дня. Как отмечают сами зрители, «Поле чудес» не ориентирована на молодежь: «“Поле чудес” теперь ассоциируется с нашими бабушками и дедушками. Программа для тех, кто хочет спеть песню или рассказать стихотворение на Первом канале. Не могу представить, как в студию приезжает человек из города-миллионика, такого как Санкт-Петербург, Москва Сочи или любой другой. То, что я вижу в последнее время – это жители деревень или маленьких городов, для которых вырваться на программу – что-то удивительное» (см. Приложение №2).

Что же касается ведущего, то Леонид Якубович, несомненно, смог стать лицом программы. По тому, что мы видим с экранов телевизоров, он предстает перед нами достаточно легким в общении, терпеливым, интеллигентным, остроумным, общительным. Он может завязать разговор с любым человеком, будь то молодой деревенский парень, или маленький скромный ребенок.

За почти 30 лет эфира, ведущий никогда не изменял себе. Он по-прежнему стоит на своем месте, по другую сторону барабана. Вежливо принимает подарки от гостей студии, выслушивает заранее выученные детьми стихотворения. Конечно, иногда он реагирует на подарки

несколько растеряно, скованно и, можем даже сказать, отстранено, но это ничуть не отталкивает верного зрителя.

Порой мы можем наблюдать, как Леонид Аркадьевич сам подходит к игрокам – это еще одна из особенностей ведущего. Он не стесняется общаться и тем самым еще больше подкупает.

Как мы уже говорили, данная телепередача является одной из самых популярных на отечественном телевидении. В вышеупомянутом нами рейтинге она занимает 41 место. Коэффициент популярности же составляет 4,3% (а это, между прочим, очень неплохие данные, ведь согласно исследованиям 1% – это 1 055 000 семей)<sup>57</sup>.

Капитал-шоу «Поле чудес» выходит каждую пятницу вечером. Естественно, это очень удачное время для развлекательной, игровой программы.

В программе есть и зрители в зале. Это придает некое домашнее настроение передаче. Один из участников программы так вспоминал свой опыт: «В зале сидят около 100 зрителей, и, я думаю, среди них есть люди-заводицы, которые провоцируют публику на громкие овации или смех»<sup>58</sup>. Но, согласитесь, мало, кто думает об этом при просмотре программы.

Что еще является некой отличительной чертой программы, что также, на наш взгляд, подкупает зрителей – игроки. В самой игре принимают участие взрослые и образованные люди, но, зачастую, они приводят с собой детей и внуков. В таких случаях обычно Леонид Аркадьевич зовет ребенка к себе, общается с ним, выслушивает песню или заранее выученный стих. Но многим такая позиция не совсем по душе: «Если честно, давно перестала понимать, почему эта программа выходит на первом канале. Если раньше, когда мы семьей смотрели ее по вечерам, она как-то развлекала, то сейчас вызывает одни негативные

---

57 Данные исследовательской компании «TSN Россия». - URL: <http://allcharts.ru/tv/russia/rating.htm> (дата обращения 28.03.2017 г.)

58 Шарафутдинова А. «Поле чудес»: кавказец-участник передачи рассказал, как снимают капитал-шоу // Аргументы и факты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kazan.aif.ru/society/persona/87089> (дата обращения 28.03.2017 г.)

эмоции. Не нравятся гости, которые приезжают, эти конкурсы самодеятельности. Зачем петь и выступать? Особенно сильно меня отталкивает ведущий. Последнее время он все больше напоминает шута, не в обиду будет сказано. Его манера поведения отталкивает» (см. Приложение №2).

Однако что же думают об игре зрители? Мы просмотрели несколько форумов и собрали разные отзывы. Например, девушка Атерина пишет, что программа домашняя и душевная, зарекомендовала себя давно: «Хорошая семейная передача. Проверенная временем, людьми. Не представляю “Поле чудес” без его незаменимого телеведущего Леонида Якубовича. Из года в год программа радует телезрителей своими пятничными шоу, хорошей доброй атмосферой, позитивными участниками. Когда маленькая была, часто смотрела, сейчас времени на просмотр практически не остается. Якубочив каждый раз дарит комплименты участникам и искреннюю улыбку. Также считаю отличной задумкой организаторов о создании музея “Поле чудес”. Самой побывать там не представлялось возможным, но интерес меня переполняет. Это же история передачи, память об участниках, которых за все время в эфире накопилось, столько, что, наверное, у каждого по соседству живет. Для меня это хорошие воспоминания о детстве, когда вместе с бабушкой с удовольствием смотрели, и, может, даже мечтали поучаствовать. <...> В общем, создатели программы не прогадали с тематикой передачи, создав на года любимое шоу для народа. Я считаю класс!»<sup>59</sup>.

Но есть также и отрицательные отзывы, большинство из которых говорит о том, что все это обман и не стоит верить в эту программу. Но мы смогли найти отрицательный отзыв, в котором обычный зритель рассказывает, почему ему не нравится эта программа: «Выпуски из самого начала 90-х (с Листьевым) я просмотрел только недавно, в Интернете. Надо отметить, что даже в те лихие времена упор на интеллектуальную,

59 Отзывик [Электронный ресурс]. URL: [http://otzovik.com/review\\_219232.html](http://otzovik.com/review_219232.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)

соревновательную составляющую передачи был сильнее. Оно и понятно – азарта, как и свободы, в 91-м году становилось на телевидении все больше. Еще одно слагаемое успеха – хорошая доля остроумия и юмора. Уж в этом господин Листьев знал толк... Потом пришел Якубович, внесший в передачу больше блеска и шутовства. Его сначала не приняли зрители, потом к нему привыкли... Но вскоре и сама передача порядком надоела. <...> Ее стоило закрыть. Если не после смерти создателям передачи – Влада Листьева, то уж году в 2001-м – точно. Настолько она приелась! А все равно держится! Правда, я сейчас не представляю, кто ее вообще смотрит. Итак, передача “Поле чудес” в эфире уже четверть века... Но только в первые 10 лет своей экранной жизни она радовала зрителей. Лично для меня она сегодня – как пустое место... Формально, в программе передач она есть. Но ее словно и нет. Нет, потому что ее время ушло»<sup>60</sup>.

Мы можем приводить здесь примеры отрицательных и положительных отзывов очень много, ведь программа выходит уже 27 лет. Изучая материалы, мы поняли, что данная программа до сих пор вызывает резонанс между зрителями. Кто-то стремится стать участником программы и делает для этого все возможное, кто-то остается верным зрителем и следит за каждым выпуском, другая часть отрицает уже самое существование программы, делая акцент на том, что передача не развивается и стоит на одном месте, и хочет, чтобы ее «наконец-то закрыли».

В чем же секрет успеха? Сказать сложно, кого-то она подкупает своей неизменностью и верностью старым традициям, кто-то просто привык так коротать время. Но нам кажется, что существование этой передачи точно не закончится в ближайшее время.

---

60 Отзовик [Электронный ресурс]. URL: [http://otzovik.com/review\\_1730574.html](http://otzovik.com/review_1730574.html) (дата обращения 29.03.2017 г.)



### 2.2.3. «Сто к одному»

Как мы уже отмечали выше, программа практически не изменилась. В ней всегда был элемент удачи. Ведь игрокам там приходится отгадывать ответы обычных прохожих, также в программе не бывает сложных, закрученных вопросов.

«Когда я натыкаюсь на программу “Сто к одному” всегда останавливаюсь и досматриваю до конца. Безумно нравится атмосфера, которая царит в игре, такая дружелюбная, семейная. Нет крика, скандалов, ругани, которые так присущи нынешним программам. И вопросы все обычные. Когда смотришь “Сто к одному” понимаешь, что можешь ответить на большую часть, даже не то чтобы ответить, отгадать. Очень приятная программа, точно подходит для большинства телезрителей. Еще очень нравится, что культурная составляющая игры никак не изменилась. Да, команды играют на деньги, но это никогда не переходило границы» (см. Приложение №2).

Ведущий не менялся за все время существования данной телепрограммы. Он каждую неделю по-прежнему радует зрителей своей улыбкой, добротой и хорошим настроением.

Александр Гуревич всегда с пониманием относится к каждой команде, на нашей памяти не было выпуска, где он подыгрывал той или иной команде. Всегда одинаково относится к каждому участнику, уделяет равное внимание каждой команде.

Порой бывают случаи, когда одна из команд выходит вперед быстро и с большим отрывом, в таких случаях Александр Витальевич всегда говорит участникам такой команды: «Дайте поиграть вашим противникам!». И мы не можем объяснить, как такое происходит, но команда начинает отвечать неверно. Возможно, это некая магия ведущего.

Александр Гуревич отличается справедливостью. Перед началом «Большой игры» он всегда предупреждает, что при попытке подсказок,

ответы аннулируются. И, если замечает такой факт, немедленно сдерживает общение.

Но, несмотря на это, он по-прежнему остается любимым лицом программы. Многие зрители признаются, что не видят никого другого на его месте. «Я не могу представить никого другого, кто мог бы вести “Сто к одному”». Александр Гуревич – это лицо передачи. Он ничего не опошляет, не возносит себя над игроками, со всеми приветлив и открыт» (см. Приложение №2).

Игра «Сто к одному» – программа, которую мы планировали найти в рейтинге, но, к нашему удивлению, не смогли ее отыскать. Однако мы открыли рейтинг программ за декабрь 2016 года, там данная телеигра есть и занимает она 53 место, а коэффициент популярности – 3,1 %<sup>61</sup>.

В программе присутствуют зрители, мы это можем понять, т.к. ведущий довольно-таки часто обращается к аудитории, а порой и беседуют с кем-либо, правда, что отвечает собеседник Александра Гуревича, мы не слышим.

То, что телеигра является популярной, можно судить и по тому, что для современных телефонов на базе Андроид и iOS создано специально приложение, с одноименным названием – «Сто к одному». Там игрок соревнуется с компьютером и, как в телевизионном аналоге, старается открыть табло. Игра довольно-таки интересная и познавательная.

#### **2.2.4. «Угадай мелодию»**

Валдис Пельш ведет программу «Угадай мелодию» с самого основания программы. Разумеется, зрителям сейчас сложно представить кого-то другого на его месте. «Если честно, уже давно не смотрела «Угадай мелодию», даже не помню, когда в последний раз видела ее по

---

61 Анализ рекламы: сравнительный анализ рынка рекламы в России [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/> (дата обращения 28.03.2017 г.)

телевизору. Но всегда нравился ведущий, как он дружелюбно со всеми общался. А еще всегда угадывала песни, старалась угадать раньше игроков. В этом есть какая-то своя изюминка. Уверенна, что так делало большинство телезрителей. Еще, что всегда притягивало в этой программе – с помощью нее всегда можно было узнать много новых песен, которых раньше не знала» (см. Приложение №2).

Мнения по поводу того, как Валдис справляется со своей работой, разделились (мы уже упоминали об этом выше). Но стоит отметить, что он всегда придерживается лояльного отношения к игрокам, старается подбодрить, в случае неудачного ответа и искренне радуется, если игрок отвечает на вопросы верно.

За ведущим не наблюдалось, чтобы он подыгрывал одному из игроков, что с нашей точки зрения весьма логично. Во-первых, в игре данного формата сложно быть на чьей-то определенной стороне. Во-вторых, Валдис Пельш от такой позиции только выигрывает, зрителей привлекает, когда ведущий справедлив.

Помимо всего прочего стоит отметить, что ему удается взаимодействовать со всеми участниками игры. Он успевает уделять внимание и игрокам, и оркестру, который исполняет мелодии, тем самым он соответствует тому образу ведущего, которого хотят видеть в данной программе.

«Угадай мелодию» выходит с перерывами на «Первом канале». Как мы уже писали выше, передача вернулась в эфир в 2013-м году после новогоднего праздничного выпуска, когда в адрес авторов программы стали приходить письма с просьбой вернуть музыкальную игру.

Несмотря на нестабильный показ, передача остается популярной. В рейтинге за январь 2017-го года она занимает 63 место, а ее коэффициент популярности – 3,9 %.

В студии, помимо ведущего, игроков и музыкантов также есть зрители. Их показывают крайне редко. Узнать об их присутствии мы

можем, когда ведущий, глядя куда-то мимо камеры, говорит: «Не подсказывайте!»).

Также как и с программами «Сто к одному», «Поле чудес» и «Что? Где? Когда», для телефонов выпущена игра по мотивам телепрограммы «Угадай мелодию».

### **2.2.5. «Слабое звено»**

О ведущих программы «Слабое звено» мы уже упоминали в предыдущем разделе нашей работы. Мария Киселева вела данную телепрограмму с 2001 по 2005 год. Стоит отметить, что именно про нее зрители вспоминают больше всего. Большинство отмечает ее силу, сталь, жесткость. Ее неизменную строгость по отношению к героям программы. Несмотря на это она располагала к себе, ее любили и уважали.

Среди некоторых зрителей ходит мнение, что своим поведением она «убивала» игроков: «Сколько помню – это очень жесткое, если не жестокое, шоу, которое во многом унижало человеческое достоинство. Да и ведущая была под стать ему»<sup>62</sup>. Однако большинство все равно поддерживало такую позицию Киселевой: «Всегда нравилась Мария. Мне не казалось ее поведение чем-то из ряда вон выходящим. Все-таки мне кажется, это был элемент игры. Ей надо было так шутить, если можно так сказать, потому что это ее работа, часть шоу» (см. Приложение №2).

Когда в 2007 году лицензию на производство и показ передачи приобрел Пятый канал, сменился и ведущий. Теперь в центре зала зрители стали наблюдать Николая Фоменко. Одна после этого, возможно судьбоносного решения, передача просуществовала лишь год. Зрители стали отмечать низкую подготовку ведущего, его «дикторский» голос

---

62 CityKey [Электронный ресурс]. URL: <http://citykey.net/review/vyi-samoe-slaboe-zveno-proschayte>. (дата обращения 29.03.2017 г.)

никак не вязался с типом игры и тем, как раньше вела программу Мария Киселева.

«По правде говоря, я не помню Фоменко, как ведущего данной программы. У меня в памяти осталась только Киселева, особенно ее коронная фраза: «“Вы – самое слабое звено, прощайте!”» (см. Приложение №2).

Мы просмотрели несколько выпусков с новым ведущим и можем сказать, что конечно стиль двух ведущих различается. Но, как нам кажется, не стоит и ждать от двух разных людей одинаковой манеры, одинакового видения передачи. В защиту Николая Фоменко можем сказать, что зрителю всегда сложно отойти от привычной картины, от того, что ты наблюдал последние несколько лет, а потом вдруг резко все меняется. Мы считаем, что смена ведущего часто приводит к подобным результатам.

Поскольку данная программа закончила свое существование в 2008-м году, мы не смогли бы найти ее в используемом нами рейтинге. Для того, чтобы понять, насколько была популярна данная телепередача, мы посмотрели рейтинги за весь 2008-ой год. К нашему удивлению, мы не смогли найти эту игру ни в одном отчете. А данные 2005-2007-го годов на данном портале не указываются.

К сожалению, мы не смогли определить для себя, уровень популярности выбранной нами программы.

Изучив мнения экспертов игрового телевидения и обычных зрителей, мы пришли к выводу: игровое телевидение интереснее и предпочтительнее для аудитории, в основном из-за развлекательного элемента. Но стоит понимать, что в телевизионном игровом контенте есть также и игровые познавательные передачи, которые направлены на подъем культурного облика зрителя.

Перед написанием нашей работы, мы задались вопросом: «А что в итоге выгодно игрокам, выбранных нами передач?». «Поле чудес», «Сто к

одному», «Угадай мелодию» и «Слабое звено» – изучив истории возникновения передач, а также проследив их путь развития, стало ясно, что итоговый приз там, в общем-то, никогда не менялся, это всегда был денежный подарок. Но что же с телеигрой «Что? Где? Когда?» ? В первую очередь, деньги за вопросы получают не знатоки (это мы узнали из интервью с Ровшаном Аскеровым), а сами телезрители. Ранее мы говорили о том, что призом в игре были книги. Но раньше и ценности были немного другие.

Подводя итог под нашим рассуждением, мы можем сказать, что популярность выбранных нами программ связана, в первую очередь, с некими устоявшимися традициями, устоями, на телевидении. Они давно находятся на телеэкранах, зритель привык видеть их в определенном свете – все это мешает авторам и создателям передач что-то изменить, а исчезновение с экранов тут же вызывает множество вопросов у аудитории (например, «Угадай мелодию»). Помимо этого важную роль здесь играет то, что на нашем экране нет более яркой, запоминающейся альтернативы, которая могла бы переключить интерес на себя.

## Заключение

Игра – сложное социокультурное явление, сопровождающее человеческое сообщество на всем протяжении мировой истории и присутствующее в различных сферах жизнедеятельности социума. Игра выступает в широком социокультурном контексте как специфический вид осмысленной деятельности, целью которой является не производство неких утилитарных ценностей, а достижение эмоционального комфорта. Не случайно игра обычно связана с развлекательной стороной культуры. В то же время игра способна отражать духовные ценности человека и общества.

С рождением телевидения появляется новый феномен – телеигра. Игровое телевидение с течением времени не теряет своей популярности, неизменно сохраняя привлекательность в глазах аудитории благодаря легкости восприятия, доступности в понимании любому зрителю, а также увлекательности, эмоциональной заразительности. Несмотря на то, что телеигра не является собственно журналистским проектом, игровые программы стали неотъемлемой частью контента многих телеканалов, представляя собой особое направление в работе этих массмедиа. Устойчивое положение в сетке теле вещания, неснижаемый с годами интерес зрителей свидетельствуют о том, что игра служит редакциям телеканалов своеобразной коммуникационной площадкой, привлекая к экранам самую широкую аудиторию вне зависимости от возраста и статуса.

Систематизация сведений об игровых программах отечественного телевидения за период с 1970-х гг. по настоящее время, представленная в ВКР в форме авторской классификации, позволила получить количественные данные по разным историческим периодам, выяснить соотношение оригинальных и заимствованных форматов, уточнить

категории игр, транслируемых в телеэфире. И все же основной целью нашего исследования были поиски причин, которыми обусловлено складывание, видоизменение или смена игровых телепроектов. Анализ форм и содержания конкретных программ, а также культурно-исторических условий их создания и функционирования показал, что на облик игрового телевидения сильное влияние оказывает социокультурное состояние общества, его духовная атмосфера, уровень жизни людей, происходящие в стране исторические процессы и события. Все это влечет за собой изменение системы ценностей, представлений о мире и, как следствие, запросов и ожиданий массовой аудитории, которым стремятся отвечать создатели игровых телепередач.

Старейшая из игровых программ, ныне действующих на отечественном телеэкране, передача «Что? Где? Когда?» впервые вышла в эфир еще в середине 1970-х гг. В течение более чем сорока лет существования она, конечно, не могла оставаться в совершенно неизменном виде. И те перемены, которые в ней происходили, были вызваны не только внутренними организационными причинами (например, смена ведущего, обновление команд или регламента и т.п.), но и диктовались историческими обстоятельствами. Эта игра была придумана во времена «застоя», когда в стране наблюдалась относительная стабильность во всех сферах жизни общества. Советские люди жили небогато, но достаточно благополучно. В их системе ценностей безусловный приоритет имели знания, духовный багаж личности, интеллектуальное общение. В условиях свойственного советской эпохе дефицита любых товаров книга была по-настоящему ценным призом для участников игры, а принадлежность к когорте «знатоков» считалась очень престижным фактом.

В годы «перестройки» проект «Что? Где? Когда?» из интеллектуального клуба преобразовался в интеллектуальное казино. Отныне здесь разыгрываются денежные ставки и подчеркивается



возможность заработать собственным умом, а книги теперь можно свободно купить на те же выигранные деньги. Произошедшие перемены были вполне в духе времени. Если бы программа не шла в ногу с ним, она растеряла бы зрителей.

Появившаяся в 1990-е гг. программа «Угадай мелодию» уже и не могла в качестве приза назначить что-либо иное, кроме денег. Время, в которое этот проект вышел на телеэкраны, диктовало свои нормы, формировало новые социокультурные тенденции. Не считаться с этим, сопротивляться менявшимся условиям жизни было бы бессмысленно.

Разумеется, не следует сводить смысл современного игрового телевидения к алчности участников и зрителей. В концепции любой подобной телепередачи сохраняются такие стимулы для повышения интереса аудитории, как развлекательный и просветительский аспекты игры. Тем не менее, телеигра в рыночных условиях начала восприниматься не только как творческий проект, но и как товарный продукт, приносящий прибыль. Вместо того чтобы тратить усилия на разработку креативных идей, которые к тому же несут в себе риск не окупиться, оказалось легче и практичнее приобрести готовый формат, уже доказавший свою доходность высокими рейтингами в других странах. Так, были заимствованы концепции программ «Поле чудес», «Сто к одному», «Слабое звено» и др., изначально основанные на материальном интересе. Изменить правила этих лицензионных продуктов, подстраивая их под свои традиционные ценностные ориентиры, невозможно, да и, видимо, уже не нужно. Закупались именно те форматы, которые совпали по духу с новыми общественными веяниями, настроениями и вкусами.

Таким образом, в игровых программах отечественного телевидения по-своему отразилась социокультурная трансформация общества, совершавшаяся в ходе исторических перемен позднесоветского и постсоветского времени.

## Список использованной литературы и источников

1. Алексеенко Л. Борис Крюк: «Сегодняшние знатоки стали гораздо умнее» [комментарий к материалу] // Аргументы и факты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aif.ru/tvgid/article/61934> (дата обращения 19.11.2015 г.)
2. Анализ рекламы: сравнительный анализ рынка рекламы в России [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/> (дата обращения 28.03.2017 г.)
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры, М.: Эксмо, 2015
4. Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. Другое поколение. М.: АСТ, Corpus, 2013
5. Вольнов В. Феномен игры: открытая лекция. Спб.: Санкт-Петербургская консерватория, 2005. С. 37
6. Ворошилов В. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982.
7. Гузик М. Игра как феномен культуры. М.: Флинта, 2012. С.3
8. Добрынина Е. Десять лет в одном окне // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2010/12/30/politika-itogi-site.html> (дата обращения 12.12.2016 г.)
9. Занимонец А. “Ровшан Аскеров”: « Я категорически против термина профессиональный знаток», // Онлайн-журнал Tele.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tele.ru/stars/interview/rovshan-askerov-ya-kategoricheskii-protiv-termina-professionalnyy-znatok/> (дата обращения 19.11.2015 г.)
10. Ильченко С.С. Индустрия телевизионных игр как эксплуатация интеллектуального потенциала // Журналистика в мире политики: Спрос на интеллект. Спб., 2008. С. 174-180

11. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. Спб., 2008
12. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. Спб., 2009
13. Ильченко С.Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента актуализация игровой природы телевидения. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. М., 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419> (дата обращения 24.04.2017 г.)
14. Кайуа Р. Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007
15. Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли. М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2007.
16. Лернер Л.В. Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». М.: Искусство, 1992.
17. Лисоколенко Т.В. Проблемы философии и социологии. Игра в медиaprостранстве [Электронный ресурс]. URL: [http://apfs.in.ua/v3\\_2015/15.pdf](http://apfs.in.ua/v3_2015/15.pdf) (дата обращения 12.12.2016 г.)
18. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Канон-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. С. 267
19. Маллаев Д., Гасанова Д. Теория и практика психотехнических игр. М.: Владос, 2013.
20. Наша история. 1980-1990-е годы. Перестройка и криминальная революция // Управление МВД России по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.xn--b1aew.xn--plai/history/12> (дата обращения 12.12.2016 г.)
21. Падерина К. Ведущий «Что? Где? Когда?» Борис Крюк: У меня есть 20 лет, чтобы подумать, кому доверить нашу игру [комментарий к

- материалу] // Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26428/3300586/> (дата обращения 19.11.2015 г.)
22. Поле чудес // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/shows/pole-chudes/o-proekte> (дата обращения 26.02.2017 г.)
23. Слабое звено // Официальный сайт программы [Электронный ресурс]. URL: <http://wmedia.ru/#projects-317.html> (дата обращения 26.02.2017 г.)
24. Сто к одному // Официальный сайт телеканала Россия1 [Электронный ресурс]. URL: [https://russia.tv/brand/show/brand\\_id/9222/](https://russia.tv/brand/show/brand_id/9222/) (дата обращения 27.02.2017 г.)
25. Угадай мелодию // Официальный сайт Первого телеканала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/ugadai> (дата обращения 26.02.2017 г.)
26. Хейзинга Й. Номо Lundes. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс – Традиция, 1997. С.20
27. Шарафутдинова А. «Поле чудес»: кавказец-участник передачи рассказал, как снимают капитал-шоу // Аргументы и факты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kazan.aif.ru/society/persona/87089> (дата обращения 28.03.2017 г.)
28. Отзовик [Электронный ресурс]. URL: <http://otzovik.com/> (дата обращения 29.03.2017 г.)
29. CityKey [Электронный ресурс]. URL: <http://citykey.net/> (дата обращения 29.03.2017 г.)
30. IRecommend [Электронный ресурс]. URL: <http://irecommend.ru> (дата обращения 29.03.2017 г.)

**Авторская классификация отечественного игрового  
телевидения.**

№	Название пр-мы	Период тран-ции	Телеканал (ы)	Разновидность по Кайуа	Тип	Участ-ки	Цель (итог) пр-мы	Страна производства
1	«КВН»	С 08.11.61 – по н/в.	Первая программа ЦТ, 1-й канал Останкино, ОРТ, Первый канал, КВН ТВ.	Agon.	Телевизионная юмористическая игра.	Команды различных коллективов (учебных заведений, вузов, предприятий, городов и т. д.).	Кубок.	Россия.
2	«Что? Где? Когда?»	С 04.09.75 – по н/в.	Первая программа ЦТ, 1-й канал Останкино, НТВ, ОРТ/Первый канал.	Agon, Alea, Mimicry. (поскольку присутствуют элементы трех типов игры).	Интеллектуальная телевизионная игра.	Команда из шести знатоков, команда телезрителей.	Раньше книги, затем денежный приз.	Россия.
3	«Поле чудес»	С 25.10.90 – по н/в.	Первая программа ЦТ, 1-й КАНАЛ Останкино, ОРТ/Первый канал.	Alea.	Телеигра («Капитал-шоу»). (развлекательная)	Обычные люди.	Призы на выбор из списка.	США.
4	«Сто к одному»	С 08.01.95 – по н/в.	НТВ, МТК, ТВ Центр, РТР/Россия.	Alea.	Командная телеигра. (развлекательная).	Две команды, составленные по проф. Признаку, певцы, актеры, спортсмены и др. известные люди.	Денежный приз.	США.
5	«А ну-ка, девушки!»	24.01.70-1987 г.г.	Центральное телевидение СССР.	Agon.	Спортивно-развлекательная программа-конкурс.	Девушки, отобранные по профессиональному	-	Россия.

						признаку.		
6	«А ну-ка, парни!»	1970-1978 г.г.	Центральное телевидение СССР.	Agon.	Спортивно-развлекательная программа-конкурс.	Популярные артисты кино, театра, эстрады и цирка.	-	Россия.
7	«Большие гонки»	25.09.2005-14.12.2014 г.г.	Первый канал, Мега.	Agon.	Телешоу с элементами игры. (спортивная)	Команда из звезд кино, спорта, шоу-бизнеса и политики.	-	Франция.
8	«Слабое звено»	25.09.2001-28.12.2008 г.г.	ОРТ/Первый канал, Пятый канал	Agon, Pinx.	Игровое шоу. (развлекательная).	Команда из семи незнакомых людей.	Денежный приз.	Великобритания.
9	«Самый умный»	08.03.2003-23.06.2013 г.г.	СТС.	Agon.	Телеигра эрудиционного-развлекательного характера.	Школьники.	Кубок.	Россия, Украина.
10	«Своя игра»	С 07.04.94 — по н/в.	РТР, НТВ, ТВ-6, НТВ.	Alea.	Телевизионная игра-викторина (интеллектуальная).	Знатоки.	Денежный приз.	США.
11	«Умницы и умники».	С 29.11.92 — по н/в.	1-й канал Останкино, ОРТ/Первый канал.	Agon.	Телевизионная олимпиада.	Юноши и девушки со всей России и ближнего зарубежья.	Возможность поступить в один из престижных ВУЗов.	Россия.
12	«Кто хочет стать миллионером?».	С 01.10.99 — по н/в.	НТВ, Первый канал.	Agon.	Телеигра. (азартные).	Обычные люди и «звездные» участники.	Денежный приз.	Великобритания.
13	«Поединок».	С 02.10.10 — по н/в.	Россия-1, Россия 1 HD, РТР-Планета.	-	Общественное политическое ток-шоу, дебаты.	Два известных человека (две стороны), придерживающиеся противоположных взглядов.	-	Россия.
14	«К барьеру!».	04.10.03 — 23.04.09 г.г.	НТВ.	-	Общественное политическое ток-шоу, дебаты.	Два известных человека (две стороны), придерживающиеся противоположных взглядов.	-	Россия.

						жных взглядов.		
15	«Брэйн ринг».	18.05.90 -28.12.13	Первая программа ЦТ, 1-Й канал Останкино, ОРТ, ТВ Центр, СТС, Звезда	Agon.	Телевизионн ая интеллектуа льная игра	2 команды знатоков (по анalogии с «Что? Где? Когда?»)	Кубок «Золотой Брэйн».	Россия.
16	«Угадай мелодию».	03.04.95- 01.07.99 г.г.; 27.10.03- 1.07.05 г.г.; 02.01.13 — по н/в.	ОРТ/Первый канал.	Agon.	Музыкальна я телеигра.	Сначала обычные люди, затем известные.	Денежный приз.	Россия.
17	«Последний герой».	17.11.01- 01.03.09 г.г.	ОРТ/Первый канал.	Pinx.	Реалити-шоу приключени я. (развлекател ьная).	Обычные люди, «звездные» герои.	Денежный приз.	США.
18	«Один против всех».	09.12.07- 21.10.16 г.г.	ТВ-Центр, Карусель.	Alea.	Телевизионн ая игра. (развлекател ьная).	Дети.	Денежный приз, затем баллы.	США.
19	«За семью печатями».	05.11.01- 23.11.11 г.г.	Россия-К, Карусель.	-	Телеигра- викторина. (интеллекту альная).	Три игрока, обычные люди/школь ники.	Победител ь получает право поступить без экзаменов в один из престижны х московски х вузов.	Россия.
20	«Фактор страха».	14.09.02- 16.01.05 г.г.	НТВ.	Pinx.	Телеигра. (азартная).	Обычные люди, «звездные» гости.	Денежный приз.	США.
21	«Форт Боярд».	20.11.98- 21.04.13 г.г.	НТВ, Россия, Первый канал.	Pinx.	Телеигра. (азартная).	Сотрудники телеканала, затем российские спортсмены и актеры.	Денежный приз.	Франция.
22	«Естественн ый отбор».	10.04.04- 31.12.04 г.г.	РЕН ТВ.	Pinx.	Телеигра. (азартная)	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
23	«50 блондинок».	16.02.08- 28.06.08 г.г.	Россия.	Agon.	Телеигра. (интеллекту альная).	Один главный игрок — мужчина, 50 соперниц, женщины- блондинки.	Денежный приз.	Нидерланд ы.

24	«Адская кухня».	09.02.12 — по н.в.	РЕН ТВ, Пятница.	Agon.	Реалити-шоу. (азартные)	Повара со всей страны.	Денежный приз.	США.
25	«Безумно красивые».	15.10.11 — по н.в.	Муз-ТВ.	Agon.	Телеигра. (развлекательная).	Юноши и девушки от 18 до 37 лет.	Денежный приз.	Нидерланды.
26	«Битва хоров».	16.09.11-29.12.2013 г.г.	Россия-1.	Agon.	Музыкальное шоу.	Музыкальные коллективы со всей России (хоры).	Денежный приз.	США.
27	«Большая перемена»	01.01.14-12.01.14 г.г.	НТВ.	Mimicry.	Музыкальная программа	Обычные люди.	Денежный приз.	Нидерланды.
28	«Большие танцы»	09.03.13-04.05.13 г.г.	Россия-1, Россия-НД.	Agon.	Танцевальное шоу.	Непрофессиональные танцоры.	Денежный приз.	Украина.
29	«Танцы».	23.08.14 — по н.в.	ТНТ.	Agon.	Танцевальная программа.	Танцоры (не)профессиональные.	Денежный приз.	Россия.
30	«Голос».	05.10.12 — по н.в.	Первый канал.	Agon.	Вокальный конкурс.	Обычные люди.	Титул «Лучший голос страны», денежный приз, контракт.	Нидерланды.
31	«Голос. Дети».	28.02.14 — по н.в.	Первый канал.	Agon.	Вокальный конкурс.	Дети.	Титул «Лучший голос страны», денежный приз, контракт.	Нидерланды.
32	«Два рояля».	23.10.10-30.06.11 г.г.	Россия, ТВЦ.	Agon.	Музыкальная телеигра.	Известные актеры, певцы.	-	Россия.
33	«Десять миллионов»	04.09.10-14.06.14 г.г.	Россия-1.	Agon.	Телевизионная игра. (азартная).	Звездные гости.	Денежный приз.	Великобритания.
34	«Детектив-шоу»	04.10.99-15.06.03 г.г.	ТВ-6, ОРТ, ТВЦ.	Agon.	Телеигра. (азартная)	Обычные люди, а также артисты и ведущие радиостанции и «Эхо Москвы».	Денежный приз.	Россия.
35	«Детские шалости».	23.03.08-18.07.09 г.г.	СТС.	Agon.	Телевизионная игра. (развлекательная).	Дети.	Денежный приз.	Россия.
36	«Я и моя собака».	16.04.95-28.08.05 г.г.	НТВ, Первый канал, РЕН-ТВ.	Agon.	Телевизионная игра. (развлекательная).	Обычные люди со своими собаками.	Различные подарки для собак.	Россия.



37	«Жестокие игры».	07.03.10-07.07.12 г.г.	Первый канал, Ю.	Agon.	Телевизионная игра. (азартная).	Обычные люди, звездные участники	Денежный приз (?).	США.
38	«Звезды на льду».	02.09.06-16.12.06 г.г.	Первый канал.	Agon.	Ледовое шоу. (спортивная)	Звездные участники	-	Россия.
39	«Ледниковый период»	01.09.07 — по н.в.	Первый канал.	Agon.	Ледовое шоу. (спортивная)	Звездные участники	-	Россия.
40	«Золотая лихорадка».	08.10.97-21.11-98 г.г.	Первый канал.	Agon.	Телеигра. (азартная).	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
41	«Игры разума»	03.01.05-27.10.10 г.г.	НТВ. Домашние животные.	Agon.	Телевикторина (интеллектуальная).	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
42	«Колесо истории»	07.01.96-29.08.00 г.г.	РТР, ОРТ.	Agon.	Телевизионная игра.	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
43	«Кто умнее пятиклассника?»	09.12.07-20.07.08 г.г.	СТС.	Alea.	Телевизионная игра. (развлекательная).	Звездные участники.	Денежный приз.	Россия.
44	«Кулинарный поединок»	14.09.02-18.06.16 г.г.	НТВ.	Agon.	Кулинарная программа. (развлекательная)	Проф. повара, звездные участники, политики.	-	Россия.
45	«Любовь с первого взгляда».	12.01.91-2011 г.г.	Первая программа ЦТ, ОРТ, РТР, МТВ, Интер.	Agon.	Телевизионная игра. (развлекательная)	Обычные люди.	-	Великобритания.
46	«Магия десяти»	07.01.08-31.08.08 г.г.	Первый канал.	Agon.	Телеигра. (азартная)	Обычные люди.	Денежный приз.	США
47	«Битва экстрасенсов».	25.02.07 — по н.в.	ТНТ.	Agon.	Реалити-шоу. (развлекательная).	Экстрасенсы	Кубок.	Великобритания.
48	«Кто НЕ хочет стать миллионером?»	03.10.08-28.12.08 г.г.	ТНТ.	Agon.	Телеигра, реалити-шоу. (азартная).	Обычные люди.	Денежный приз.	США.
49	«Пойми меня»	05.04.95-24.03.16 г.г.	ОРТ, НТВ, Карусель.	Alea.	Развлекательная программа, телеигра.	Обычные люди.	Денежный приз.	США.
50	«Слава за минуту»	22.02.03-12.12.03 г.г.	ТНТ.	Agon.	Телешоу. (развлекательная)	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия (?).
51	«Такси»	20.12.05-31.12.09 г.г.	ТНТ.	Agon.	Телеигра. (азартная).	Обычные люди, звездные участники	Денежный приз.	Великобритания.

52	«Comedy Баттл»	28.08.10-30.12.16 г.г.	ТНТ.	Agon.	Юмористическая программа	Обычные люди, юмористы	Денежный приз.	Россия.
53	«Раз-два-три».	2001-2002 г.г.	МУЗ-ТВ.	Agon.	Телеигра. (музыкальная).	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
54	«Русская рулетка».	02.04.02-06.08.04 г.г.	Первый канал.	Alea.	Телеигра. (азартная).	Обычные люди.	Денежный приз.	Россия.
55	«Фабрика звезд».	13.10.02-06.07.12 г.г.	Первый канал.	Agon.	Музыкальная программа	Обычные люди.	Контракт на запись диска или другой аналогичный приз.	Россия.
56	«Голосящий КиВиН»	1995 — по н.в.	Первый канал.	Agon.	Телевизионная юмористическая игра.	Обычные люди, юмористы	Кубок.	Россия.
57	«Стенка на стенку».	06.10.07-10.08.08 г.г.	Первый канал.	Agon.	Спортивно-развлекательная игра.	Звездные участники	Сертификат в известный фитнес-клуб.	Япония.
58	«Алчность»	10.09.01-30.04.02 г.г.	НТВ	Alea.	Телеигра. (азартная).	Обычные люди.	Денежный приз.	США.
59	«Устами младенца»	04.09.92 — по н.в.	РТР, НТВ, Disney.	Alea.	Интеллектуальная телеигра.	Обычные люди.	Техника.	Россия.
60	«Я знаю всё!»	15.10.00-19.01.02 г.г.	ТВ-6.	Alea.	Интеллектуальная телеигра.	Обычные люди.	Что-то от компании LG.	Россия.
61	«Слободка»	1998-2000 г.г.	ТВЦ.	Agon.	Телевизионная игра. (интеллектуальная).	Обычные люди.	-	Россия.
62	«Розыгрыш»	20.09.03-29.04.12 г.г.	Первый канал.	Pinx.	Юмористическое шоу.	Звездные участники	-	Россия (?).

### Опрос зрителей телеигр

В ходе опроса были собраны мнения телезрителей (обычных людей) об играх, выбранных для эмпирического исследования. Им были заданы следующие вопросы:

1. Как Вы относитесь к передачам «Что? Где? Когда?», «Поле чудес», «Сто к одному», «Угадай мелодию», «Слабое звено»;
2. Что Вам кажется наиболее интересным в них?;
3. Есть ли что-то, что вас отталкивает в программах?;

Ниже приведены полученные ответы.

1. Светлана Дубровина:

«Когда я смотрела игру «Что? Где? Когда?» в 80-ые годы прошлого века (ужас как звучит) она казалась необыкновенно интересной. Каждый выпуск был Событием. Восхищали энциклопедические знания знатоков, атмосфера казино в передаче. Знатоки и телезрители получали за выигрыш дефицитные книги, и мне тоже хотелось найти такой вопрос, чтобы он был достоин прозвучать по телевизору. С течением времени передача изменилась, но на мой взгляд не стала хуже. Тогда это был клуб интеллектуалов, но обычных советских людей. Сейчас это элитный клуб интеллектуалов. Создается впечатление, чтобы попасть в число знатоков недостаточно быть просто умным, нужно еще быть успешным в своем деле (профессии). Сейчас знатоки играют на деньги, книги перестали быть дефицитом, а на выигранные деньги можно не только пополнить свою библиотеку, но и качественно расширить кругозор, посмотреть многие вещи, предметы, страны лично. В числе членов клуба знатоков

появились спонсоры: банкиры, страховщики, адвокаты. Я думаю, что это требование времени. Это не хорошо и не плохо, кто-то должен спонсировать выигрыши и получать за это рекламу в таком качественном телевизионном шоу. Люди и компании, которые там мелькают, должны иметь хорошую деловую репутацию. Раньше в правилах игры была возможность увидеть ведущего, когда выпадал сектор «0» (зеро), выходил потрясающий Ворошилов и немного общался со знатоками. Сейчас ведущий к публике не выходит, но это тоже создает своего рода интригу, только голос за кадром. На мой взгляд, игра изменилась, идет в ногу со временем».

## 2. Эжена Быкова:

«Не могу сказать, что смотрела «Что? Где? Когда?» постоянно, но когда в доме еще обитал телевизор, то если я случайно попадала на передачу, канал не переключала. Было это классе в 8-9. Поэтому оценить, как она изменилась, не смогу.

Ощущения, что это «интеллектуальное казино» не было: было интересно слушать вопросы, видеть рассуждения и безумные идеи знатоков, тайно желать, чтобы твой несуразный ответ оказался правильным.

На деньги никогда не обращала внимания, даже не знаю, какие они суммы разыгрывали. Больше было любопытно, из какого города вопрос и что в черном ящике. Однако сам факт разыгрывания, например, книг радует больше. Хотелось бы, чтобы это вернули.

А еще всегда хотелось увидеть таинственного ведущего. Хотя, если честно, он представлялся мне разговаривающим сверхинтеллектуальным микрофоном, а не мужчиной. И всегда было приятно увидеть в музыкальной паузе кого-нибудь не с эстрады, а из русского рока».

## 3. Юлия Кузнецова:

«Я смотрю каждый сезон каждый выпуск. Когда регулярно смотришь, правила не кажутся какими-то очень сложными. Уровень

вопросов может быть, действительно, чуть-чуть снизился, но там по-прежнему есть много хороших. Игроки появляются новые, молодые: какие-то вообще ужасно играют (как например, в последний раз сыграла команда Рудера и Повышевой), но они при этом и не проходят в следующую серию игр. Там по справедливости играют те, кто реально круто играл. Радует, что сейчас осталось несколько команд-ветеранов и полуветеранов. Например, команды Касумова и Мухина отлично играют, но они не такие ветераны как например команды Козлова и Сиднева. То, что роли хранителей традиций и защитников интересов телезрителей распределены по отдельным лицам, неплохо. И почему бы там не присутствовать банкирам, когда они деньги платят из своего банка, они это все спонсируют. Рекламы там немного - есть несколько марок, которые постоянно продвигают, потому что они спонсоры. Меня лично как зрителя это вообще не раздражает. Я даже привыкла, что в чайную паузу они пьют именно «АхмадТи».

Программа постоянно модернизируется, и я не считаю, что это плохо. Невозможно десятилетиями ничего не менять, они стараются идти в ногу со временем, и у них это получается, насколько я понимаю.

Отдельная любовь к Борису Крюку - считаю, это очень достойный наследник Ворошилова».

4. Ольга Рогова:

«Теперь там много рекламы, она везде. Постоянно ведущий общается с какими-то советниками, которые являются директорами разных компаний. Вот это сильно раздражает. И вообще правила стали какими-то слишком замороченными».

5. Александра Тютин:

«Мне кажется, уровень вопросов снижается. Уровень игроков уже давно снизился. Сидят там в своих бабочках деньги зарабатывают. Очень интересно было пересматривать старые выпуски».

6. Ольга Шидловская

(Про «Поле чудес») «Если честно, давно перестала понимать, почему эта программа выходит на первом канале. Если раньше, когда мы семьей смотрели ее по вечерам, она как-то развлекала, то сейчас вызывает одни негативные эмоции. Не нравятся гости, которые приезжают, эти конкурсы самодеятельности. Зачем петь и выступать? Особенно сильно меня отталкивает ведущий. Последнее время он все больше напоминает шута, не в обиду будет сказано. Его манера поведения отталкивает».

#### 7. Маргарита Кокорева

«“Поле чудес” теперь ассоциируется с нашими бабушками и дедушками. Программа для тех, кто хочет спеть песню или рассказать стихотворение на Первом канале. Не могу представить, как в студию приезжает человек из города-миллионика, такого как Санкт-Петербург, Москва Сочи или любой другой. То, что я вижу в последнее время – это жители деревень или маленьких городов, для которых вырваться на программу – что-то удивительное.

Если честно, уже давно не смотрела «Угадай мелодию», даже не помню, когда в последний раз видела ее по телевизору. Но всегда нравился ведущий, как он дружелюбно со всеми общался. А еще всегда угадывала песни, старалась угадать раньше игроков. В этом есть какая-то своя изюминка. Уверенна, что так делало большинство телезрителей. Еще, что всегда притягивало в этой программе – с помощью нее всегда можно было узнать много новых песен, которых раньше не знала».

#### 8. Мария Куликова

(про «Слабое звено»)

«Всегда нравилась Мария. Мне не казалось ее поведение чем-то из ряда вон выходящим. Все-таки мне кажется, это был элемент игры. Ей надо было так шутить, если можно так сказать, потому что это ее работа, часть шоу. По правде говоря, я не помню Фоменко, как ведущего данной программы. У меня в памяти осталась только Киселева, особенно ее коронная фраза: «“Вы – самое слабое звено, прощайте!”».

(про «Сто к одному»)

«Мне очень нравится эта передача. У нас на телевидении очень много программ подобного формата, где необходимо знать очень много различных вещей, ориентироваться в разных сферах. У “Сто к одному” подобная идея – игроки отвечают на вопросы, но здесь отвечают не по книгам, а на основе жизненного опыта. Мне очень интересно наблюдать за игрой со стороны, иногда я отвечаю также как большинство, а порой “открываю” все табло. Очень нравится последний раунд»

9. Татьяна Босых (фамилия изменена)

«Когда я натываюсь на программу «Сто к одному» всегда останавливаюсь и досматриваю до конца. Безумно нравится атмосфера, которая царит в игре, такая дружелюбная, семейная. Нет крика, скандалов, ругани, которые так присущи нынешним программам. И вопросы все обычные. Когда смотришь «Сто к одному» понимаешь, что можешь ответить на большую часть, даже не то чтобы ответить, отгадать. Очень приятная программа, точно подходит для большинства телезрителей. Еще очень нравится, что культурная составляющая игры никак не изменилась. Да, команды играют на деньги, но это никогда не переходило границы. Я не могу представить никого другого, кто мог бы вести «Сто к одному». Александр Гуревич – это лицо передачи. Он ничего не опешляет, не возносит себя над игроками, со всеми приветлив и открыт».