Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

Высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский университет   
«Высшая школа экономики»

###### Факультет медиакоммуникаций

###### Департамент журналистики

###### МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

На тему российские ситкомы 2000-10-х гг.: эволюция формата

**Студентка** группы № 745ж

Веселова Ольга Владимировна

**Руководитель:**

канд. филол. наук,

преп. Тарасенко Артур

Станиславович

**Москва, 2014**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СИТУАЦИОННЫХ КОМЕДИЙ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 12

§ 1.1.Структура ситуационных комедий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_12

§ 1.2.Отличительные черты персонажей и их взаимодействия \_\_\_\_\_\_\_ 19

§ 1.3.Особенности юмора в ситуационных комедиях \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 26

ГЛАВА 2. ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СИТКОМОВ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_34

§2.1.Составление хронологической карты российских ситкомов 2000-2010-х годов \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_34

2.2.Определение формальных характеристик для проведения анализа\_ 38

2.3.Сравнительный анализ по формальным характеристикам \_\_\_\_\_\_\_\_ 42

ГЛАВА 3. ЭВОЛЮЦИЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СИТУАЦИОННЫХ КОМЕДИЙ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_49

3.1.Определение содержательных характеристик для проведения анализа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 49

3.2.Сравнительный анализ характеристик главных героев \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_53

3.3.Сравнительный анализ общих сценарных содержательных характеристик \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_70

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_73

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 78

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 95

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 97

ПРИЛОЖЕНИЕ 4 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 100

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность работы.** По данным на осень 2013 года в России 90% зрителей в возрасте от 12 до 17 лет смотрят сериалы. При этом чем моложе аудитория, тем больше она потребляет данный вид контента. Так, в аудитории «18-24» сериалы смотрят уже 87%, а среди зрителей старше сорока – 79%[[1]](#footnote-2). Популярность данного вида контента у молодёжи очевидно свидетельствует о перспективности производства его в будущем.

На фоне столь высокой популярности увеличивается производство русских сериалов и сокращается показ зарубежных. Если в начале 2000-х отечественные сериалы занимали не более 10% эфирного времени, то сегодня — почти 95%[[2]](#footnote-3). (Рассматривается эфирное время выделенное на показ фильмов и сериалов). Соответственно, мы можем наблюдать наращивание производства сериалов в России, что также обуславливает актуальность их изучения.

Одними из наиболее успешных и востребованных сериалов в настоящее время можно считать ситуационные комедии (ситкомы). Они появились на российском телевидении относительно недавно – в 1996 году (ситком «Клубничка») и постепенно, трансформируясь, завоевали внимание аудитории. Например, Константин Наумочкин, будучи исполнительным продюсером СТС заявлял: «Мы всегда ищем новые ситкомы. Хороший ситком экономически выгоден: его можно повторить несколько раз, и он принесёт прибыль[[3]](#footnote-4)». Более того, менеджмент ТНТ связывает увеличение доли своего канала с показом ситуационных комедий: «На ТНТ каждый год появляются новые ситкомы, что обеспечивает рост доли канала[[4]](#footnote-5)». Премьерные показы ситкомов обеспечивают каналу первые места по аудитории в своих слотах с долями 24.6 («Деффчонки»), 21.7 («Универ. Новая общага»), 20.5 («Реальные пацаны[[5]](#footnote-6)») .

Таким образом, ситуационные комедии востребованы на рынке, а также у аудитории, соответственно, их исследование актуально, особенно в контексте наращивания темпов производства ситкомов в России. При этом также важно понимание произошедших изменений формата, поскольку анализ эфолюции позволит при дальнейшем производстве избежать повторения ошибок прошлого или возврата к уже не актуальным темам или приёмам. Также при создании любого вида контента важно понимание истории его развития, этот обогащает создаваемый продукт и опять же, помогает избежать ошибок.

**Степень разработанности темы.** Можно выделить несколько групп научных источников данной работы. Во-первых, это исследования ситкома в контексте телевизионных форматов (Качкаева А.Г.[[6]](#footnote-7) , Кемарская И.Н.[[7]](#footnote-8), И. Кюри[[8]](#footnote-9), Тарасенко А.С.[[9]](#footnote-10), Цвик В.Л.[[10]](#footnote-11)). Обращение к данной группе источников обусловлено исследованием ситуационных комедий как телевизионного формата.

Во-вторых, это теоретические основы ситкома в контексте теории сериалов (Беньямин В.[[11]](#footnote-12), Давыдов М.Л.[[12]](#footnote-13), Зверева В.[[13]](#footnote-14), Муратов С.А.[[14]](#footnote-15), Семёнова С.[[15]](#footnote-16)) В данных работах авторы исследуют сериальную продукцию на телевидении, её особенности и характерные черты. Ситкомы, также являясь сериалами, очевидно, обладают описываемыми в указанных источниках свойствами и исследование этих параметров необходимо для изучения ситуационных комедий.

В-третьих, ещё одной группой источников являются исследования ситкомов в контексте развлекательного телевидения (Акинфиев С.Н.[[16]](#footnote-17), Дондурей Д.[[17]](#footnote-18), Наумочкин К.Н.[[18]](#footnote-19), Новикова А.А.[[19]](#footnote-20), Удовиченко Р.В.[[20]](#footnote-21))

Однако эволюция формата ситуационных комедий в России не была исследована, и производители не обладают необходимыми теоретическими наработками, на которые могли бы опираться при дальнейшем производстве ситуационных комедий. Анализ научных источников показал, что тема не достаточно разработана, следовательно, в данной работе мы и займёмся восполнением этого пробела.

**Проблема исследования** заключается в том, что при высокой популярности ситуационных комедий у зрителя и, соответственно, производстве значительных объёмов данного вида контента, в России не существует исследований, в которых анализировалась бы эволюция данного формата, в том числе с индустриальной точки зрения. Соответственно, накопленный опыт разрознен, что не позволяет при производстве новых ситуационных комедий комплексно учитывать различные факторы и тенденции, влияющие на успех проектов.

Следовательно, данная исследовательская работа направлена на решение проблемы информационного разрыва между накопленным опытом внутри индустрии производства ситкомов и научным анализом данного опыта и выявлением тенденций. Что в сумме обеспечивает возможность увеличения вероятности коммерческого успеха проектов путём принятия производственных решений, базирующихся на подтверждённых и проанализированных данных, полученных из многолетнего аккумулированного опыта производства данного вида контента.

**Объектом исследования** являются российские ситуационные комедии 2000-2010-х годов, показанные на каналах ТНТ, СТС, РЕН. Поскольку лидерами по количеству ситуационных комедий в программной сетке являются каналы ТНТ и СТС, уместно рассматривать сериалы, которые транслировались на каналах так называемой «второй тройки»: ТНТ, СТС, РЕН. При том что в 2013 году на шестом месте по доле находится Пятый канал[[21]](#footnote-22), в данном исследовании мы рассматриваем РЕН-ТВ, поскольку в течение 2000-2010-ых годов именно он преимущественно занимал место во второй тройке.

**Предметом** данной работы является эволюция формата российских ситкомов 2000-2010ых годов.

**Цель** этого исследования – выявить закономерности и тенденции эволюции формата российских ситуационных комедий 2000-2010ых годов.

Для достижения цели мы ставим перед собой следующие **задачи**:

Выявили особенности ситкома : на производственном, сцентарном

1.Определить формат ситкома через его структурные, сценарные и производственные составные элементы и характерные черты

2.Построить хронологию Российских ситкомов 2000-2010-х годов

4.Проанализировать ситуационные комедии с точки зрения формальных характеристик (продолжительность серии, кол-во локаций в серии, наличие съёмок на натуре, закадрового смеха, скорость монтажа).

5.Сравнить ситуационные комедии по проанализированным характеристикам.

6.Определить закономерности изменения формальных характеристик ситкомов.

7.Проанализировать ситуационные комедии с точки зрения содержательных характеристик (ГГ: кол-во, пол, возраст, профессия, экономическое, семейное положение, тип героя ситкома; кол-во сюжетных линий в серии, юмор: доминирование вербальных или визуальных шуток, тематика вербальных шуток, главное место действия).

8.Сравнить ситуационные комедии по проанализированным характеристикам

9.Определить закономерности изменения содержательных характерных черт ситуационных комедий.

Для достижения поставленных задач будут применяться следующие **методы**: анализ контента, дедукция, историко-генетический анализ, сравнительный анализ, культурно-исторический анализ, структурный анализ, периодизация, тематический анализ.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что российские ситуационные комедии 2000-2010-х годов эволюционировали по следующим характеристикам: специфика шуток (вербальные или визуальные), скорость монтажа, наличие съёмок на натуре, закадрового смеха, количество локаций, основные места действия, характеристики главных героев.

**Теоретической базой** данной работы являются исследования С.Н. Акинфиева[[22]](#footnote-23), в которых он выявляет закономерности развития развлекательного телевидения, исследует его жанровые особенности. Мы учитываем тот факт, что развлекательная функция ситкомов является лишь одной из многих, присущих им, при этом в данной работе фокус нашего внимания направлен именно на неё.

**Рамки исследования**. Под российскими ситуационными комедиями мы понимаем такие, которые были созданы российскими производящими компаниями и показаны на российских телеканалах. Соответственно, к ним относятся как оригинальные сериалы, например, «Универ», «Интерны», так и адаптированные: «Моя прекрасная няня», «Счастливы вместе» и т.д. Временной период выбран с 2000го года по настоящее время, т.е. по 2014 год, что означает, выход в эфир пилотной серии формата должен был произойти в данных временных рамках.

**Эмпирическая база** представляет собой корпус сериалов, соответствующих заданным рамкам исследования. Нами была создана хронологическая карта российских ситуационных комедий 2000-2010-ых годов (см. Приложение 2), которая наглядно демонстрирует распределение ситкомов по времени (годам показа) и каналам.

Выборка сериалов формировалась на основе анализа этой карты, поскольку в ней должны были быть учтены все годы и каналы, входящие в рамки исследования. Также было принято во внимание увеличение количества ситуационных комедий с течением времени и разное их количество на различных каналах. Кроме того, при составлении выборки было учтено присутствие как оригинальных российских сериалов, так и адаптаций.

Таким образом, в финальный корпус ситкомов для данного исследования вошли 27 ситкомов: «Моя прекрасная няня», «Счастливы вместе», «Универ», «Интерны», «Физрук», «Воронины», «Кто в доме хозяин», «Папины дочки», «Реальные пацаны», «Трое сверху», «Папа на все руки», «Дружба народов», «Кухня», «Осторожно, Задов», «Светофор», «Однажды в Милиции», «Два отца и два сына», «Люди ХЭ», «Последний из Магикян», «33 квадратных метра», «Деффчонки», «Восьмидесятые», «Зайцев +1», «Как я встретил вашу маму», «Агентство», «Медики», «Дружная семейка».

Для анализа контента будут использоваться «пилотные» выпуски выбранных ситкомов. «Пилот» – это первый эпизод нового формата, он является моделью построения всех последующих серий. Соответственно, у нас как у исследователей есть гарантия, что мы будем рассматривать типовую серию того или иного сериала. Это важно, поскольку периодически в некоторых многосерийных произведениях создают нетипичные для продукта серии с целью разнообразить контент и удивить зрителя. Подобные отличающиеся структурой или тематикой, а иногда комплексом используемых приёмов спецвыпуски могут быть выпущены к значимому празднику, например. Однако, даже в отсутствие внешнего стимула возможен вариант создания авторами ситкома нетипичных серий.

Например, в «Клинике» («Scrubs») один из эпизодов под названием «Мюзикл» отличается от остальных тем, что почти всё время герои поют, в остальном сохранены все признаки ситкома. Необходимость авторов сериала делать пилоты как модели будущих серий заключается в том, что именно по первым сериям и оценивают ситком, определяют, нужно ли далее его производить, ставить в эфир и так далее. Поэтому типичность пилота, которая гарантирует нам наблюдение именно характерных особенностей того или иного сериала обусловлена закономерной мотивацией создателей произведения.

**Научная новизна** работы заключается в том, что выявлены эволюционные трансформации ситуационных комедий и, соответственно, дана новая интерпретация ранее известным фактам. Также в научный обиход вводится иное описание процесса эволюции ситкомов.

Данное исследование прошло **апробацию** на XIV апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, результаты были опубликованы в виде статьи[[23]](#footnote-24). На данном этапе исследования тема сужена и локализована.

**Практическая значимость** заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в индустрии при разработке новых ситуационных комедий. Это обусловлено фокусом данной работы на эволюции содержательных характеристик данного вида контента. Выявленные тенденции их трансформации могут использоваться как ориентиры для выбора верных персонажей, конфликтов и создании прочих аспектов сценариев ситкомов.

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СИТУАЦИОННЫХ КОМЕДИЙ**

§ 1.1. Структура ситуационных комедий

Структура ситуационных комедий строго определена. Основной её характерной чертой является простота. Данная особенность обусловлена тем, что ситуационные комедии, как и многие другие телевизионные форматы, зрители смотрят в том числе и для развлечения и расслабления. «Телевизор смотрят для отдыха и отвлечения от дел; к нему обращаются за терапией и хорошим настроением».[[24]](#footnote-25)– данный вывод делает культуролог Вера Зверева в своей статье «Телезрители как критики». Говоря о развлекательном телевидении Акинфиев определяет развлечение как то, «что не заставляет тебя нервничать, переживать, бояться, волноваться».[[25]](#footnote-26)Соответственно, сложная структура в данных условиях неуместна, ведь для развлечения и лёгкого отдыха без необходимости задумываться форма подачи контента должна быть также простой и не требующей значительных интеллектуальных затрат для её понимания.

Также значимое влияние на структуру оказывают особенности смотрения ситуационных комедий. Ситкомы часто смотрят фоново, во время тех или иных бытовых дел, еды. Фоновый просмотр типичен для телевидения в целом, однако преимущественно для ряда форматов, к которым относятся и ситуационные комедии. Данный вид смотрения обуславливает рассеянное внимание зрителя, периодически вновь обращающегося к экрану.

В результате особенностей смотрения и ожиданий от данного жанра, продолжительность серий ситуационных комедий составляет 22-26 минут, причиной является то, что они рассчитаны на получасовой показ на телевидении. Данный хронометраж не предполагает выделение значительного отрезка времени в расписании зрителей, следовательно, они могут быстро отвлечься и развеяться за просмотром серии, не жертвуя иными более важными делами.

Как указывалось выше, многие признаки ситкомов связаны с особенностями их смотрения, при этом одной из ключевых является их фоновый просмотр, соответственно, в первую очередь это обуславливает упрощённую структуру: при наличии завязки, кульминации и развязки присутствуют только два акта, однако, сделана более простой не только основная структура. Сюжетные линии также упрощены, ведь сложные подтексты или скрытые смыслы в данном случае лишние, поскольку зрители хотят отдохнуть и развлечься, а трудности при восприятии продукции и необходимость прилагать умственные усилия обманут ожидания аудитории. Соответственно, в ситкомах практически нет глубоких скрытых смыслов, философских подтекстов, концовка всегда понятна и исключает альтернативные трактовки.

В целом ситком выглядит очень просто, в этом и заключается ценность жанра, поскольку целью просмотра его является развлечение. При этом простота лишь видимая, а чтобы действительно удержать зрителя он прописывается до секунды и заключает в себе значительное количество признаков и особенностей, которым строго следуют производители.

Продолжая анализировать структуру ситуационных комедий, стоит отметить, что особенности телесмотрения также обуславливают значительное выделение переходов между сценами. Данные переходы сопровождаются музыкой или заставкой, подчёркивая завершение одной сцены и начало следующей.В случае фонового просмотра сериала, который так распространён, знакомые звуковые заставки привлекают внимание, резко выделяясь из общего звукового ряда, соответственно, аудитория обращает внимание на экран. Аналогичным эффектом обладает и закадровый смех. Даже если зритель отвлекался, на смех он реагирует, и увеличится его мотивация снова взглянуть на экран, ведь там произошло что-то весёлое, а ради развлечения и смеха он и включил сейчас телевизор.

Ещё одной характерной чертой ситкомов являются паузы для смеха. После каждой шутки есть несколько секунд, когда персонажи ничего не говорят и не совершают новых действий. Данные паузы используются из-за того, что в сценарии ситкомов предусмотрено много мест, где предполагается, что аудитория будет смеяться, поэтому если продолжить диалог, пока зрители смеются, они не расслышат следующую шутку или подводку к ней. Безусловно, время для смеха не может быть произвольным, поскольку, если его мало, то зритель пропускает часть следующей реплики, а если много, то образуется лишняя пауза, что в целом уменьшает накал эмоций и заставляет скучать. Соответственно, данное время строго просчитывается и чем более значимы шутки, тем длиннее паузы.

Если ситком снимается перед живой аудиторией, то сложностей с расчётом времени для смеха не возникает, поскольку актёры ориентируются на зал и вступают в нужное время. Однако в России ситуационные комедии не снимают перед аудиторией, а используют банк смеха, соответственно, в данном случае существует риск неверно спланировать время, необходимое зрителям после шутки. Именно неверный расчёт этого времени может стать причиной худшего восприятия аудиторией той или иной серии.

Семён Слепаков в одном из интервью также обозначил данные сложности съёмок ситкомов в России: «Российская специфика не позволяет действовать, как на Западе. Если бы у нас было так же, то мы бы снимали 24 серии в год, их бы показывали по воскресеньям, и на съемках бы сидело 300 живых человек, которые бы действительно смеялись. А у нас используется банк смеха 30-летней давности. Некоторых из этих людей, наверное, уже нет на свете».[[26]](#footnote-27)

Паузы для смеха – единственные, допустимые в ситкоме. Все остальные убираются из сценария, который становится очень насыщенным, постоянно совершаются какие-либо действия в кадре. Производители ситкомов в данном контексте приводят правило «чем быстрее, тем веселее» («Fasterisfunnier»)[[27]](#footnote-28).Соответственно, в ситуационных комедиях очень высокий темп, как шуток, так и развития событий и появление лишних пауз негативно скажется на юмористической насыщенности зрелища.

Как и во многих других жанрах, рассказ истории в ситкоме также состоит из завязки, кульминации и развязки. Однако, три эти компонента в ситуационных комедиях умещают в двух актах.

Двухактная упрощённая структура ситкома начитается с тизера – вступления, содержащего загадку, интригующего, в котором может упоминаться основная сюжетная линия эпизода, он привлекает внимание, вводит в атмосферу. Основная его цель – заинтересовать зрителя, который, возможно, смотрел предыдущую программу и мотивировать его остаться на канале для просмотра серии целиком. Если тизер располагается перед открывающими титрами (opening credits), то такое начало серии в американской терминологии называется«холодным открытием» (coldopen). Оно с большей вероятностью обеспечивает переключение внимания аудитории с предыдущей программы на ситком, поскольку, если не используется «холодное открытие», то перед тизером располагаются титры, что означает, что зритель, только что просмотревший другой продукт должен достаточно заинтересоваться начинающимися титрами, чтобы не переключить канал. Однако он может не знать, что за сериал начинается, кроме того, из титров невозможно понять, интересный он или нет, и, наконец, в титрах нет никаких сюжетных линий, которые будут продолжены далее, соответственно, нет интриги, стимулирующей узнать окончание сюжета. По той же причине всё чаще каналы программируются исходя из необходимости исключения рекламных пауз из промежутков между программами. Ведь, когда зритель досмотрел один продукт, у него есть чувство завершённости и если не начать демонстрировать следующий, а включить рекламу, мотивация уйти с канала значительно увеличивается.

Таким образом, в настоящее время подавляющее большинство ситкомов начинается «холодным открытием», то есть всё больше тизеры располагаются перед открывающими титрами, что позволяет после просмотра предыдущей программы сразу увидеть вступление новой серии, содержащее интригу, соответственно заинтересоваться и остаться на канале.

Перед началом первого акта происходит уход на рекламу. Теперь, когда зритель уже заинтригован, логично размещать рекламную паузу, поскольку мотивация его остаться на канале, высока. В первом акте начинаются две истории А – основная, в которой задействованы главные герои и В – второстепенная с участием менее значимых персонажей. В некоторых ситкомах может начинаться 3 или 4 сюжетных линии, но это является исключением и чаще встречается более простой сюжет с двумя. При этом существует тенденция к увеличению количества ситуационных комедий с большим числом данных линий. В любом случае доминирует всегда одна (А) и вторая, соответственно, следует за ней по количеству времени, выделенному на сюжетную линию. Третья и четвёртая могут лишь дополнять, занимая незначительный процент хронометража.

После первого акта, который завершается поворотным моментом (actbreak), происходит уход на следующую рекламу. Поворотный момент в ситкомах не только определяет дилемму героя, но и обязательно является смешным, причём шутка должна быть значимой, т.к. преследуется цель, чтобы зрители ушли на рекламу, смеясь. Считается, что если рассмешить зрителя перед рекламной паузой, он будет настроен более лояльно по отношению к сериалу и с большей вероятностью вернётся после перерыва. Говоря о дилемме героя, логично её усиление перед рекламой, поскольку это является крючком, который удерживает зрителя на канале.

Во втором акте дилемма героя усугубляется (wrinkle), он попадает в ещё более серьёзные перипетии, сталкивается со сложностями, и после кульминации наступает развязка в этом же акте. Таким образом, доводятся до финала обе истории А и В, в случае наличия более мелких сюжетных линий, они также завершаются. После второго акта происходит третий уход на рекламу.

Однако это не является окончанием серии ситуационной комедии, поскольку затем следует тэг (tag) – короткая финальная сцена перед титрами, главная его цель, чтобы зрители ушли смеясь, поэтому здесь всегда стараются поставить одну из самых ярких шуток серии. Пример финальной шутки: «Клиника» Герой идёт к выходу, его мысли: «Самое главное, что я умудрился за первые три дня в клинике ни разу не оказаться в дурацком положении», - врезается в дверь, падает со словами: «Я крут». Как мы видим, для усиления воздействия в конце серии находится не только вербальная или физическая шутка, но они объединены, и нас одновременно смешит и визуальный, и звуковой ряд, подробнее об особенностях юмора в ситкомах будет рассказано ниже.

Важно отметить, что tag переводится с английского, как «ярлык», «метить». Таким образом, суть тэга – это не только рассмешить зрителей и мотивировать их остаться на канале после третьей рекламной паузы, но и оставить их с чётким ощущением, что за сериал они смотрели, чтобы они помнили это и захотели вернуться вновь. Данная цель очень важна, ведь тэг, по сути, маркирует сериал, кратко и ёмко повторяя зрителю основные ощущения и эмоции, которые тот должен ассоциировать именно с конкретным ситкомом. Рассматривая особенности данного структурного элемента, стоит отметить, что и в тэге может заканчиваться история В, или любая другая побочная линия. В таком случае, во втором акте заканчиваются все истории кроме одной, о которой все словно забывают во время кульминации и развязки, однако, после третьей рекламы, в тэге мы вспоминаем о ней и узнаём, чем же она заканчивается. В данном случае подобный ход является дополнительным крючком для удержания зрителей у экранов.

§ 1.2. Отличительные черты персонажей и их взаимодействия

Одна из уникальных черт ситуационных комедий, выявленных в данном исследовании, заключается в том, что обычно компании персонажей ситкома не существует до начала сериала. Другими словами, в «пилоте» формируется набор персонажей. Например, в «Друзьях» в компании пятерых приятелей появляется Рэйчел, в «Клинике» интерны приходят работать первый год, знакомятся, начинают общаться, в «Моей прекрасной няне» Вика входит в семью Шаталина и так далее. Таким образом, сама история начинается в пилоте, раньше её не существовало. В других видах сериалов это правило не обязательное, например, в детективном сериале мы можем начать наблюдать за полицейскими, которые работают определённым составом, словно так было и до появления зрителя.Например, в «Менталисте» («TheMentalist») с первой серии мы присоединяемся к группе следователей, которые, как нам сразу становится понятно из диалогов и действий героев (они демонстрируют привычность ситуации, выполняют стандартные действия, зрителю дают понять, что так происходит всегда) уже давно работают вместе. И далее во всех сериях мы так же за ними наблюдаем. Никакой новый ключевой персонаж не появляется в пилотном выпуске и не даёт ход сериалу. Вситкомах, в свою очередь, обязательно группа главных героев собирается именно в пилоте, и с этого всё начинается. Ключевым аспектом является именно то, что без образования данной компании в первой серии, не было бы и основной линии сериала. Например, в «Теории большого взрыва» («Thebigbangtheory») появление соседки Пэнни рядом с квартирой физиков и даёт ход истории, в «Интернах» четыре героя приходят работать в больницу, без их знакомства в пилотном эпизоде, не было бы и самой истории.

Кроме того, допустимы различные вариации образования компании главных героев в первой серии. Например, в «Папиных дочках» новый персонаж не приходит, но правило сохраняется: от них уходит мама и компания главных героев тоже формируется в начале ситкома. Причём, уход мамы даёт старт истории, т.к. до этого у них была обычная семья, после же данного происшествия, с которого начинается пилот сериала, у этой группы людей появляется особенность, вокруг которой и строятся в дальнейшем сюжетные линии. Таким образом, формирование подборки главных героев, за которой мы можем наблюдать в первой серии ситкома, является отличительной чертой ситуационных комедий.

Продолжая тему персонажей и актёров, важно упомянуть ещё одну особенность. Ситуационные комедии можно разделить на две группы.

Первый вид ситкомов – это базирующиеся на главном герое (celebrity/comediandriven) в данном случае главную роль играет самый яркий актёр, возможно уже известный зрителям.Он является центральным и весь ход событий и большой объём шуток связан преимущественно с его действиями («Интерны» - Быков/Иван Охлобыстин, «Клиника» («Scrubs») – ДжейДи/ЗакБрафф, «Моя прекрасная няня» - Вика/Анастасия Заворотнюк, «Физрук» - Фома/Дмитрий Нагиев).

На данного актёра и его персонажа возлагается основная ответственность с точки зрения привлечения и удержания внимания зрителей. Если в случае каких-либо ошибок или сценарных недоработок в одной из прочих ролей, подобные оплошности можно скрыть за счёт более активного вовлечения в сюжетдругого персонажа, то ключевой персонаж ситкома, базирующегося на главном герое, всегда активен. Он является инициатором или причиной значительного количества шуток и не может быть скрыт или заменён ни одним другим персонажем. Соответственно, данный вид ситуационных комедий содержит риск провала в случае неверного выбора главного героя или недостаточной его проработки. Однако сильной стороной является то, что поскольку этот персонаж априори должен быть интересен и, желательно, известен публике, зрители заранее могут быть настроены положительно и заинтересованы в просмотре данного сериала. Т.е. в случае верного выбора ключевого персонажа он приводит лояльную аудиторию независимо от особенностей сериала.

Второй вид – ситкомы, базирующиеся на актёрском ансамбле и общем производимом впечатлении (actor/ensembledriven).В таком случае ситуации, смешные положения не доминируют у одного персонажа, а вся группа главных героев равнозначна или практически равна («Друзья» («Friends»), «Универ», «Теория большого взрыва»(«Thebigbangtheory»)). В подобных ситуационных комедиях в разных сериях на первый план могут выходить те или иные персонажи, например, за счёт того, что сюжетная линия Ав конкретной серии связана с Россом и Рейчел в ситкоме «Друзья» («Friends»), соответственно ей будет уделено большее внимание, большее количество минут выделено и т.д. При этом вторая сюжетная линия может быть связана с остальными главными персонажами: Моникой, Чендлером, Фиби и Джо. Соответственно, в данной серии на первый план выходят два героя из группы главных персонажей. В ситкомах, базирующихся на актёрском ансамбле, в разных эпизодах, акцент делается на разных героях, при этом, допустимо и их одновременное участие в основной линии.

Таким образом, при том что существует небольшая возможность страховки от ошибок при первоначальном определении героев, серии можно разнообразить, выводя персонажей поочерёдно на первый план. Стоит отметить, что минусом данного вида ситкомов является то, что актёры, играющие данных персонажей, как правило, не слишком известны зрителю, соответственно, лояльность аудитории завоёвывается непосредственно самим сериалом, а не приглашёнными звёздами.

Продолжая исследование персонажей ситуационных комедий, важно обратить внимание на сами характеры и типажи героев. Исходя из такой особенности данного жанра, как простота, логично отметить и простоту персонажей. Под этим мы подразумеваем немногослойность характеров.

Как правило, в ситкомах зрителям сразу дают понять, что за персонаж перед ними, это выражается и в его речи, и в его действиях, и даже внешность всегда подчёркивает характер. Например, в пилотном эпизоде ситкома «Универ» уже в течение первой минуты нам чётко демонстрируются несколько типажей главных героев: Кузя – качок-дурачок, Алла – блондинка глупая, но красивая, Гоша – бабник. Важно, что эта сцена длятся 1 минуту 5 секунд и являетсятизером серии, однако зритель уже определил для себя характеры трёх персонажей, которые таковыми и останутся далее. Так быстро распознать персонажей аудитории дают за счёт как их внешности (например, Алла в розовом атласном халатике, блондинка и т.д.), так и за счёт диалогов (Кузя: «… в кофе содержится кокаин»), и с помощью действий героев и ситуаций, в которых они оказываются (Алла лезет на стульчик, чтобы достать кофе с верхней полки и не понимает, почему он так высоко всёвремя стоит, в это время Кузя и Гоша заглядывают ей под юбку и зритель понимает, что они всегда ставят банку высоко именно для этого, однако Алла данный очевидный факт не осознаёт).

Также одним из важнейших признаков ситкома является неизменность персонажей. Они могут выйти замуж или получить повышение, но их характер, особенности юмора и типаж неизменны. Поскольку, серии ситуационных комедий строятся таким образом, что зритель может включить любой эпизод произвольного сезона и понять полностью, что происходит, изменение персонажей с течением времени сделала бы невозможным мгновенное понимание ситуации при включении произвольной серии. При этом развитие характера в фильме всегда сопряжено с внутренними переживаниями и преодолениями героя, однако в ситуационных комедиях все эмоции героя на поверхности и легкодоступны для считывания аудиторией, соответственно, развитие и изменение персонажа не уместно в данном жанре с точки зрения сохранения простоты восприятия. Безусловно, при увеличении количества сезонов, герои должны несколько изменяться для того, чтобы постоянным зрителям было интересно дальше наблюдать за развитием событий, также это может создать предпосылки для новых сюжетных линий. При этом даже в случае большого числа сезонов изменения характеров героев незначительны и новизна добавляется преимущественно за счёт введения новых персонажей.

В каждой ситуационной комедии присутствует определённый строго проработанный набор типажей. Он не совпадает с амплуа классического театра, однако имеет общие черты. Приведём примеры некоторых обязательных типажей любого ситкома. Например, дурачок (дурочка). Это наивный, искренний герой, который глуповат, простоват, часто не вписывается в ситуации и попадает в истории, говорит невпопад. Многие шутки строятся на том, что этот герой сам не понимает, что делает что-то не так, однако, это очевидно и остальным персонажам, и аудитории. При этом его глупость и неумение вписаться в ситуацию никак не связаны с интеллектом или умственными способностями напрямую. Ярким примером является Шелдон из «Теории большого взрыва» («Thebigbangtheory»), который, будучи учёным и общепризнанным гением, совершенно не вписывается в реальный мир и не может адекватно действовать в бытовых ситуациях.Поскольку ситком и строится на различных событиях обычной жизни, комичность в данном случае достигается за счёт неумения вписаться Шелдона в обстановку, например, неспособность распознавать иронию. Примеры дурачков можно найти в любой ситуационной комедии. (ДжейДи «Клиника», Фиби «Друзья», Вика «Моя прекрасная няня» и т.д.).

Также часто присутствует персонаж глуповатой или со странностями блондинки, она уже не так проста, как дурачок, однако, отличается от остальных персонажей и также не вписывается в ситуацию, при этом всегда вовлечена в любовную историю. Рассмотрим некоторые примеры. В сериале «Интерны» - это роль Вари. Отличает её от остальных врачей и делает «глуповатой» усиленная эмпатия, наивность, сопереживание больным, чувствительность. Также она является участницей любовной линии, притягательна и желанна. В сериале «Клиника» («Scrubs») роль блондинки у Элиот. Её особенностью, отличающей от остальных и обеспечивающей непонимание ряда происходящих событий, является происхождение из богатой семьи, в то время как остальные брали кредиты на обучение, вынуждены экономить и т.д. Героиня же не может понять данных аспектов, которые очевидны для всех персонажей. Она также участвует в основной любовной линии с главным героем.

Существуют различные подходы к классификации персонажей. Герои ситуационных комедий, как указывалось выше, имеют свою специфику, поэтому типажи, представленные К. Наумочкиным, характерные именно для ситкомов могут позволять определять персонажей с большей точностью, чем классификации, относящиеся ко всем форматам. К указанным типажам относятся: умник; милый неудачник, неврастеник, тупой, стерва\негодяй, бабник\женская версия того же, материалист, не от мира сего.[[28]](#footnote-29) Актуальность данной типологии также подтверждается примерами цитирования и использования её практиками. Так, например, перечисленные типажи героев приводятся в блоге И. Кемарской.

Как указывалось выше, для ситкома важно чётко определить персонажей, соответственно критичен кастинг актёров. В ситуационных комедиях существует строгое правило, которому следуют при подборе актёров. Оно состоит из двух частей: 1.Подходящий типаж 2.Смешной человек. Исполнитель роли всегда строго соответствует типажу, чтобы выглядеть органично в данной роли и вызывать доверие у зрителей. При этом, поскольку речь идёт о комедийном сериале, актёр должен быть смешной сам по себе, уметь вызывать улыбку и смех у аудитории, иначе в ситкоме он будет выглядеть неорганично.

§ 1.3. Особенности юмора в ситуационных комедиях

Говоря о специфике и характерных чертах юмора в ситкомах важно отметить не случайное, а закономерное их формирование. Рассмотрим ряд особенностей юмора в ситуационных комедиях.

Одной из ключевых особенностей ситкомов, которая уже была упомянута выше, является насыщенность сценария, отсутствие любых перерывов кроме пауз для смеха. Поскольку, в данном жанре основным компонентом является как раз юмор, то насыщенность сценария выражается в наполненности шутками, которые следуют одна за одной без долгих перерывов. Юмористические моменты присутствуют не только в окончаниях сцен, на каждой странице сценария их должно быть минимум три штуки. В ситкомах страница – это около 30 секунд времени серии, соответственно за минуту демонстрируется около 6 шуток, такой насыщенности комедийными моментами нет ни в одном другом жанре. Важно понимать, что шуткой считается не только та или иная произнесённая фраза, но также это может быть вызывающий смех жест, взгляд, действие.

Эффективность данного правила обоснована не только тем, что большое количество смешных моментов вызывает больший смех, чем малое, но и эффектом синергии, который возникает, когда шутки расположены рядом. О подобном эффекте писал Бахтин, вот, как трактует его С.С. Аверинцев в своей статье: «Нервно-мускульная реакция, разбуженная мыслью, подхватывает порыв мысли и тут же перехватывает у неё инициативу – мы только что смеялись потому что находили мысль смешной, и вот мы уже находим другую мысль смешной, потому что продолжаем смеяться, - уже оно облегчает любые подмены.»[[29]](#footnote-30) Соответственно, данный эффект позволяет усиливать впечатление от менее смешных шуток за счёт более удачных, располагая лучшую перед худшей. Данное действие одновременно и облегчает работу сценаристов, которые придумывают огромное количество юмористических моментов, и позитивно сказываются на восприятии эпизодов зрителем, поскольку они могут получить больше позитивных эмоций и смеха, ради которых они и включили ситком.

Также ситуационные комедии отличает обилие коротких шуток простых для понимания. Это могут быть забавные падения, нелепые фразы и т.п., важно, что мы мгновенно их считываем и смеёмся. Обоснованность данного канона в ситкомах также определяется с точки зрения науки: «Смех… это не пребывающее состояние, переход, вся прелесть, но и весь смысл которого – в его мгновенности.[[30]](#footnote-31) Таким образом, данные особенности ситуационных комедий обуславливаются не случайной реакцией зрителелей на них, а эффективностью с точки зрения физиологии смеха и психологии восприятия данного явления.

Продолжая исследовать неотъемлемые черты ситкомов, нельзя не отметить специфику возникновения юмора. Герои в данном жанре не шутят специально, смех обуславливают комичные ситуации, характерные для типажей героев, за счёт этого шутки органичны. То есть, для того, чтобы шутки были смешными, сценаристы ситуационных комедий не придумывают их специально, а исходят из персонажей. Это обуславливает необходимость детальной проработки характеров героев, которая позволит в дальнейшем, ставя их в те или иные ситуации, получать органично вписывающиеся и воспринимаемые аудиторией юмористические моменты. Например, персонаж Алла в «Универе» изначально преследует главную цель своей жизни – выйти замуж за миллионера. Если мы в любой серии вводим богатого человека, даже на эпизодическую роль, Алла не может не отреагировать на него. При этом ещё одной отличительной её чертой является невысокий интеллект. Вкупе данные параметры характера обеспечивают очевидную реакцию Аллы в виде попыток заполучить появившегося богача любым путём и выбор методов априори неэффективных, таких, которые умный человек не выбрал бы. Данная ситуация определённо комична, сценарной группе остаётся лишь развить её и добавить конкретные шутки. При этом ситуацию выдумывать отдельно нет необходимости, так как она следует их характера персонажа. Таким образом, чтобы добиться данного эффекта, характеры персонажей ситкомов тщательно прорабатываются, вплоть до мельчайших деталей, строго определяется их амплуа. После этого юмор выглядит естественно и лучше воспринимается аудиторией. Данная специфика эталонна, не каждому конкретному ситкому удаётся постоянно достигать данного эффекта.

Шуткой в ситкомах в обязательном порядке заканчивается каждая сцена. При этом выделяют два их вида: большая шутка (blow) и маленькая (button). Более значимые шутки располагают в моменты важные с точки зрения структуры, например, в конце тизера, первого, второго актов, тэга. Они, как указывалось выше, являются крючками, которые удерживают аудиторию и мотивируют её вернуться после рекламных пауз.

Поскольку юмор является ключевым компонентом ситуационных комедий, шутки не только типологизируются, но и выстраиваются по проработанным схемам. Соответственно, диалог в ситкоме состоит из трёх компонентов: заход(setup), смешная часть (punchline) и всё, сопровождающее шутку (pipe). Заход (сетап) – это утверждение, которое необходимо, чтобы понять саму шутку, вводная часть. Сама по себе она может быть смешной, но это не является основной её целью. Главное требование, предъявляемое к заходу – это подготовить зрителя непосредственно к смешной части. Для этого он должен во-первых, этот заход услышать, а во-вторых, понять. Например, в «Моей прекрасной няне» Вика, впервые оказавшись в доме Шаталина и стараясь произвести впечатление, говорит: «Гляньте, какие цацки гламурные!». Это заход. После него следует смешная часть, обычно она короткая Шаталин: «Да. Это Роден, известный своими цацками».Цель данного компонента шутки именно рассмешить аудиторию, после него располагается пауза для смеха, продолжительность которой зависит от того, насколько момент смешной. Далее следует очередной заход. Однако, в диалогах в ситуационных комедиях есть ещё один компонент сопровождение (pipe). К нему относится всё то, что не относится к шутке напрямую, а представляет пересказ самой истории. То есть, всё, что относится к основным сюжетным линиям и необходимо для понимания причинно-следственных связей событий.

Продолжая исследование особенностей юмора в ситуационных комедиях, необходимо отметить, что различают вербальные и визуальные шутки. Первые зритель должен услышать, вторые увидеть (slightgag). Характерной чертой шуток в ситкомах является то, что визуальные юмористические моменты доминируют над вербальными. Обосновывается данная закономерность в первую очередь простотой их восприятия. Ведь, смешное падение героя поймёт любой зритель, в то время как забавный комментарий персонажа может быть не считан той или иной группой аудитории, в связи с культурными или интеллектуальными особенностями. Однако, важно, чтобы ситуационная комедия была смешной и смещение баланса в сторону визуальных и понятных всем шуток, увеличивает вероятность успеха сериала данного жанра. В ситкомах по той же причине не рекомендуется использовать юмор, который понимается не сразу, поскольку его не все зрители считают. Соответственно, реже в сценарий включаются шутки,основанные на иронии или подтексте, ведь данные разновидности юмора предполагают определённый интеллектуальный уровень, необходимый для их понимания, следовательно, чем сложнее подтекст, например, тем меньшее количество людей его считает, что негативно скажется на рейтингах.

В целом юмор ситкома базируется на обмане зрительских ожиданий. Данный жанр насыщен сюрпризами, неожиданными поворотами, парадоксами. Это является очень важным и часто используемым поводом для шуток. Приведём характерный пример. «Клиника» («Scrubs») Герой бежит по коридору. Его голос закадровый нам объясняет, что вызов и все бегут спасать жизнь, кто первый, на том ответственность. Мы уверены, что он как раз и бежит оказывать помощь, ведь до этого в различных сценах мы видели как стажёрам важно доказать, что они на что-то способны. Но внезапно ДжейДи резко разворачивается и прячется в кладовой. Зрителям смешно, ведь мы не ожидали такого поворота и смеёмся не только над трусостью героя, но и над парадоксальным поворотом сюжета. В связи с этим есть важное правило для актёров ситуационных комедий, суть которого заключается в сохранении эффекта неожиданности в любом случае. Раскрытие интриги шутки раньше времени в индустрии называют «Tippingthejoke»[[31]](#footnote-32)

Сами юмористические ситуации подразделяются на различные категории., что логично с точки зрения развития данного жанра и значительного объёма разного вида шуток, соответственно, их типологизация облегчает процесс работы со сценаием. Ниже приведены некоторые типовые примеры шуток ситкома.

Вербальные (словесные) шутки включают в себя следующие подвиды:

1. «Отсылка к предыдущей шутке» (callback) – суть его заключается в том, что если ранее в эпизоде был смешной момент или фраза, зритель уже смеялся над ней, теперь она упоминается снова, давая возможность посмеяться ещё раз. Для данного приёма должна использоваться максимально смешная шутка, для того, чтобы снова и снова в разных обстоятельствах аудитория находила её забавной. Встречаются серии, когда отсылка к предыдущей шутке происходит несколько раз за серию и является лейтмотивом отдельного эпизода. При этом, данный вид шуток лучше работает, когда зрителям уже достаточно знакомы персонажи и можно цепляться именно за их особенности.

2. «Эхо» – это мгновенная отсылка к предыдущей шутке. Является подвидом шуток, указанного в предыдущем пункте. Может использоваться, например, когда один персонаж пошутил про другого, на что тот, над кем смеялись, например, обижается. Если после этого третий персонаж, например, начинает поддерживать второго, всем кажется, что он на его стороне, однако он тут же шутит как и первый, снова используя тот же повод. Соответственно, две шутки на одну тему ничем не разделены.

3. «Подразумевание»(understatement) включает в себя иронию и подтекст, данный вид шуток рекомендуется использовать реже. Причины подробно описывались выше, суть их сводится к необходимости предоставлять аудитории юмор, который легко понять. Однако, данный вид шуток всё равно используется, поскольку он интересен и удерживает более интеллектуальную аудиторию. Надо отметить, что юмористические моменты данного вида не всегда сложны для восприятия. Например, в «Теории большого взрыва» («Thebigbangtheory») присутствует значительное количество подобных шуток, это обуславливается тем, что персонаж Шелдон не понимает сарказм и иронию. Соответственно, другие герои постоянно их используют, но в простых и сразу считываемых ситуациях, таким образом, зрители смеются не только над иронией, которую они распознали, но и над тем, что Шелдон её не понимает.

4. Твист (twist) – основан на неожиданном повороте самой истории. В данном случае речь идёт не о конкретной форме фразы, которую произносит герой, а об изменении логики событий или действии персонажей, внезапно изменяющих ход событий. Например, в пилотном эпизоде «Моей прекрасной няни» всю серию Шаталин и Жанна планируют провести важную вечеринку, на которой не будет детей. Однако, в её разгар Вика приводит всех троих детей Шаталина. Этот момент и является твистом, так как внезапно весь дальнейший ход событий изменяется и не может быть таким, каким был запланирован героями и, соответственно, ожидался зрителями.

Визуальные шутки. К ним, очевидно, относятся все варианты падений, упускания предметов из рук и так далее. Ниже приведём некоторые необычные разновидности визуальных шуток.

1. Слоубёрн (slowburn): медленный поворот головы героя как реакция на что-то. Часто усиливается тематически подходящей музыкой. Используется, например, когда должна быть схватка двух героев и они угрожающе поворачивают друг к другу головы. Если при этом зрители понимают, что сражение не серьёзное, например, в компьютерной игре, то нарастание драматизма в действиях героев создаёт комичный эффект.

2. Двойной взгляд (doubletake): резкий поворот и взгляд на что-то, что мы сначала увидели вскользь. Например, герой заходит в комнату и быстро её пересекает. Боковым зрением, он и мы вместе с ним, видит, что что-то не так, резко разворачивается и оказывается, что на диване сидит другой персонаж.

3. Плевки (spittake) – это шутки, когда, например, герой ест, резко начинает смеяться, давится и выплёвывает еду. Особенно данный вид шуток распространён с напитками, которые выглядят более эстетично при выплёвывании и при этом смешно.

Часто визуальные шутки усиливают вербальные и происходят практически одновременно, например, финальная шутка в пилотном эпизоде ситкома«Универ». Гоша: «А ты мой полы топлес, тогда я буду их пачкать по три раза за день». Алла от смеха выплёвывает шампанское, все герои смеются. Соответственно, высказывание Гоши является вербальной шуткой, плевок Аллы – визуальной. Следуют они одна за другой без перерыва, усиливаю комический эффект.

**ГЛАВА 2. ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СИТКОМОВ**

§2.1. Составление хронологической карты российских ситкомов 2000-2010-х годов.

С целью проведения анализа ситуационных комедий нам необходимо чётко определить, какие именно сериалы попадают в заданные нами рамки исследования.

Соответственно, были изучены программные сетки каналов второй тройки в 2000-2010-х годах и вынесены в отдельный список ситкомы, которые были показаны в эфире (см. Приложение 2). В указанной таблице отмечен канал, на котором каждый ситком был показан, что с одной стороны позволяет быть уверенными, что мы включили в выборку сериалы всех исследуемых каналов, с другой стороны, это наглядно демонстрирует распределение ситуационных комедий между ТНТ, СТС и РЕН.

Каждый ситком выходил в эфир в течение определённого количества лет. Обращаем внимание, что число годов, когда сериал был в эфире не обязательно совпадает с числом сезонов, поскольку есть примеры, когда в течение одного календарного года было показано 2 и более сезонов. Временной период выхода в эфир каждой ситуационной комедии отмечен на хронологической карте закрашенным прямоугольником и единицей.

На рисунке 1 представлена хронологическая карта Российских ситкомов 2000-2010-х годов в уменьшенном виде. Она демонстрирует распределение ситкомов по времени, визуально упрощая восприятие их выходов в эфир.



Рис. 1. Хронология

В данную карту вошли 52 ситуационные комедии: «33 квадратных метра», «Моя прекрасная няня», «ОБЖ», «Осторожно, Задов», «Счастливы вместе», «Папины дочки», «Воронины», «Деффчонки», «Кухня», «Реальные пацаны», «Физрук», «Универ. Новая общага», «Универ», «Интерны», «Кто в доме хозяин», «Игрушки», «Трое сверху», «Дружба народов», «Светофор», «Незлоб», «СашаТаня», «Любовь моя», «Восьмидесятые», «Последний из Магикян», «Два отца и два сына», «Зайцев +1», «Молодожёны», «Два Антона», «Дом кувырком», «Любовь на районе», «Люба, дети и завод», «Моя прекрасная няня 2», «Гуманоиды в Королёве», «Вся такая внезапная», «Как я встретил вашу маму», «Любит не любит», «Чисто по жизни», «Белка в колесе 2», «Агентство», «Сваха», «Солдаты. и офицеры», «Медики», «Дураки. Дороги. Деньги», «Афромосквич», «Валера ТВ», «Папа на все руки», «Мэрская доля», «Думай как женщина», «Однажды в милиции», «Дружная семейка», «Папины дочки. Суперневесты», «Люди ХЭ».

На рисунке 2 представлено распределение ситкомов, выходящих в эфир по годам в виде графика. Очевидна тенденция к увеличению количества ситуационных комедий на каналах второй тройки. Пик наблюдается в 2013 года, при этом есть все основания прогнозировать ещё большее число ситкомов на конец 2014-го.

Рис. 2. Количество ситкомов

Для проведения детального анализа ситкомов была сформирована репрезентативная выборка сериалов.

Список сериалов составлялся с учётом необходимости включить в него комедии, показанные на всех трёх исследуемых каналах, также представляющие разные временные периоды.

Использование метода квотной выборки из генеральной совокупности в чистом виде в данном исследовании не допустимо, поскольку в первые годы анализируемого периода число ситкомов было невелико и для объективной оценки необходимо изучить практически все сериалы этих временных рамок.

Нами были выбраны ситкомы, отвечающие заданным критериям в такой пропорции, которая позволяет сохранить тренд на увеличение их количества с течением времени.

Рис. 3. Кол-во общее и в выборке

На рисунке 3 видно, что выборка отражает существующий на рынке тренд увеличение количества ситкомов в эфире каналов второй тройки, что подтверждает её релевантность для проведения исследования.

Кроме того, в связи с тем, что абсолютное число ситуационных комедий в генеральной совокупности не велико, в выборку для анализа включили 50% всех ситкомов хронологической карты.

§2.2. Определение формальных характеристик для проведения анализа

Для анализа ситуационных комедий необходимо выбрать характеристики, по которым будет проводиться сравнение, и выявляться их эволюция.

В первую очередь можно выделить ряд параметров, которые не связаны напрямую с драматургией произведения, а в большей степени отражают особенности производственного процесса или специфику дистрибуции. Назовём их в данной работе формальными характеристиками. Включение их в пул параметров, по которым будет проводиться сравнительный анализ, обусловлено тем, что при создании форматного продукта многие формальные характеристики напрямую влияют на сценарий и драматургию произведения. Например, как указывалось выше, через определённые промежутки времени необходимо присутствие шутки или ограничение локациями в студии не позволяет сценаристам выходить за их пределы. Соответственно, параметры, на первый взгляд не влияющие напрямую на сюжет, на самом деле являются ограничителями, определяющие и многие другие характеристики. Кроме того, эволюция формальных характеристик также может отражать те или иные тренды в развитии ситуационных комедий.

Ниже перечислим формальные характеристики, включённые в данное исследование.

1. Продолжительность серии. Данная характеристика отражает, какое количество минут продолжается каждая серия ситкома. Если время варьируется, например 24-26 минут, то учтёно будет среднее значение, для указанного примера составляющее 25.

Количество минут, которое длится серия важно как со сценарной, так и с производственной точки зрения. Для сценаристов это влияет на количество шуток, которое необходимо ввести в диалоги, с какой скоростью будут развиваться сюжетные линии, сколько их будет и т.п. С точки зрения производства это очевидно влияет на бюджет серии, необходимые ресурсы, в том числе и временные. Также продолжительность эпизода важна для программирования сеток вещания каналов.

2. Кол-во локаций в серии. Данный параметр показывает, на скольких локациях происходят действия в эпизоде. Это важно с точки зрения бюджетов ситкома, поскольку каждое новое место съёмки требует дополнительных инвестиций.

Кроме того, данная характеристика накладывает ограничения и на сценаристов, определяя круг локаций, которые можно использовать в сценарии.

Сложность и проработанность локаций данным параметром не учитывается, при этом стоит отметить, что даже в рамках одного ситкома локации могут значительно отличаться по уровню, так это может быть стена, на фоне которой говорят герои или обустроенная квартира персонажей. Независимо от этого суммируется абсолютное их количество.

3. Съёмки на натуре. Эта характеристика учитывает, присутствуют ли съёмки на натуре в ситкоме, или же все они павильонные. Это также во многом зависит от бюджета проекта и может усложнять съёмки.

За съёмки на натуре мы принимаем те сцены, когда действия разворачиваются на улице, а не в павильоне или другом закрытом помещении. Важен факт присутствия героев на данной локации. Указанное уточнение означает, что планы городов, домов персонажей и прочих объектов не принимаются за съёмки на натуре. Данные кадры часто встречаются в ситуационных комедиях, при этом отдельными локациями не являясь.

Кроме того, поскольку традиционно ситуационные комедии должны сниматься перед живой аудиторией, сцены на натуре имеют определённые особенности включения в серию. Так, существует практика показа этих моментов аудитории в студии по телевизору, что позволяет также записать их реакцию. В России практика съёмок ситкомов перед зрителями крайне редка и включение данного вида сцен уменьшает вероятность популяризации традиционной методики съёмок ситуационных комедий.

4. Закадровый смех. Этот параметр фиксирует наличие или отсутствие закадрового смеха в ситуационной комедии. Данный приём распространён, однако не обязателен. При этом он во многом влияет на восприятие ситкома, поскольку подсказывает аудитории, как реагировать в том или ином моменте.

Эта характеристика также влияет на особенности смотрения ситкома. Поскольку одной из задач закадрового смеха является привлечение внимания зрителей к экрану, что особенно актуально с учётом распространённости фонового просмотра ситуационных комедий, отсутствие данного компонента может влиять и на стиль смотрения сериалов.

Однако, как указывалось выше, он может нести и отрицательный эффект, поскольку если закадровый смех используется из банка смеха, а не пишется в студии, его интенсивность рискует быть рассчитана неверно, что негативно воспринимается зрителями.

5). Скорость монтажа. Эта характеристика измеряет, с какой частотой сменяются планы в ситкоме. Для этого в течение трёх минут отдельно взятых в исследуемых сериях (в начале, середине и в конце) будет измерена скорость монтажа и за результирующее принято среднее значение. Быстрым монтажом будем считать смену планов через каждые 4 секунды или чаще, средним – 4-6 секунд и медленным – более шести.

Скорость монтажа важна с точки зрения восприятия контента аудиторией. С одной стороны мы имеем среднюю скорость, к которой зрители привыкли. Далее заметные отклонения данной скорости в любую сторону (как замедления, так и ускорения) может выделять продукт из общего ряда контента или применяться как приём для усиления сценарных аспектов.

Исследование данных характеристик позволит выявить особенности эволюции формата с точки зрения формальных признаков.

§2.3 Сравнительный анализ по формальным характеристикам

1. Продолжительность серии.

Значения данной характеристики довольно однородны. Практически все ситкомы длятся 22-25 минут, что соответственно, оправдано с точки зрения выходов в эфир на пол часа с учётом рекламы.

Стоит отметить, что отклонения от данной величины встречаются именно в начале 2000-х, когда формат ситуационных комедий ещё не был настолько хорошо знаком Российскому рынку. Например, в таких ситкомах как «Осторожно, Задов» или «Медики» продолжительность эпизода составляет 54 и 39 минут соответственно.

Все ситкомы более поздних периодов длятся именно 22-25 минут, что может свидетельствовать о том, что формат освоен Российскими производителями уже более хорошо и такая его характеристика, как продолжительность серии (которая, как описывалось во второй главе, обусловлена особенностями просмотра ситкомов) утвердилась и не изменяется.

Также стабильность данной характеристики означает, что телеканалы также чётко определили особенности включения ситуационных комедий в программную сетку.

2. Кол-во локаций в серии.

Исследуя данную характеристику, мы обнаружили, что количество локаций в эпизодах ситкомов увеличивается с течением времени.

На рисунке 4 более тёмным цветом обозначено большее количество локаций. (В более крупном варианте таблица представлена в приложении 4, как и все последующие рисунки главы 3). Данная таблица демонстрирует увеличение количества ситуационных комедий, в которых мы видим всё большее количество локаций, используемых в одном эпизоде. До 2009 года их число превышало 7 штук в серию лишь в качестве исключения.





Рис. 4. Локации

При этом, начиная с 2010 года, локаций становится всё больше и больше, и теперь исключениями являются скорее ситкомы где их меньше 7. Так с 2012 года процент ситкомов, в отдельном эпизоде которых задействовано более 10 локаций превышает 40% (41% в 2012, 42% в 2013, 46% на весну 2014). Ранее в России не было прецедентов столь значительного разнообразия локаций в ситуационных комедиях. Кроме того, заметна тенденция к увеличению доли данного вида ситкомов.

Эти можно связывать с увеличением бюджетов, выделяемых на ситуационные комедии, поскольку создание и использование дополнительных локаций сопряжено с дополнительными затратами. Таким образом, выявленная динамика косвенно иллюстрирует наличие тенденции к выделению больших средств на производство Российских ситкомов с течением времени, что соответственно, отражается не только на данном параметре, но и на прочих характеристиках.

3. Наличие съёмок на натуре.

Рисунок 5 отображает эволюцию данного параметра. Тёмным цветом отмечены ситкомы, в пилотных эпизодах которых присутствуют съёмки на натуре, светлым, в свою очередь, те, которые целиком сняты в павильоне.

Можно видеть, что до 2005 года включительно использование локаций на улице было исключением и встречалось нечасто. Затем, до 2011 года данный вид съёмок в выборке не встретился ни разу. Мы предполагаем, что в генеральной совокупности может присутствовать ситком, в котором использовались съёмки на натуре, но в выборке он не обнаружен. Поэтому можно с уверенностью говорить, что с 2006 по 2010 годы подавляющее число ситуационных комедий снимались целиком в павильоне.





Рис. 5. Съёмки на натуре

С 2011 о 2014 годы мы видим резкое увеличение числа ситкомов, использующих данный вид съёмок. Как и в случае с количеством локаций, это как правило ведёт к удорожанию производственного процесса. Соответственно, наблюдаемая динамика возможна во многом именно в связи с увеличением популярности ситкомов и, соответственно, выделении больших бюджетов на их съёмки.

Процентное соотношение увеличивается с каждым годом в пользу ситкомов, использующих данный вид съёмок, что позволяет говорить о тренде, который продолжится и в последующие годы.

4. Наличие закадрового смеха

Закадровый смех, как описывалось во второй главе данной исследовательской работы, присутствует в ситуационных комедиях по ряду причин. А именно, привлечение внимание к экрану, поскольку основным для ситкомов является фоновый просмотр, подсказывание зрителям, где смеяться, улучшение восприятия комедии, ведь смех других людей стимулирует и нашу соответствующую реакцию.





Рис. 6. Закадровый смех

При этом, на рисунке 6 мы видим эволюцию данной характеристики. Тёмным цветом отмечены ситкомы, в которых закадровый смех присутствует, светлым – где его нет.

На рисунке видно, что начиная с 2010 года в России появляются ситкомы без закадрового смеха уже не в качестве исключения, как было в предыдущие годы. С 2012 года они становятся основными в эфирах каналов второй тройки, вытесняя ситуационные комедии с закадровым смехом.

Так в последние три года исследуемого периода процент ситкомов, содержащих данный компонент находится в районе 30% (33% в 2012, 28% в 2013, 31% в 2014 году). В то время как до 200 года практически все ситуационные комедии сопровождались закадровым смехом (100% для 2006 – 2009 годов).

По нашему мнению данный переход логичен именно для Российских ситкомов, поскольку технология их производства отличается от классической тем, что как правило, вместо съёмок перед аудиторией и записью реальной реакции зрителей, смех просто подставлялся из банка смеха. Это обуславливало сложность определения его продолжительности после каждой шутки, что зачастую выглядело неестественно и мешало просмотру.

Соответственно, основные функции этого звукового сопровождения реализовывались хуже, чем при съёмках перед аудиторией, поэтому отказ от использования данного инструмента мог пройти более безболезненно, чем если бы это происходило в США, например, где многие ситкомы снимаются перед живой аудиторией. Поэтому можно предположить возможность влияния российских особенностей производства ситуационных комедий на всё учащающийся отказ от использования закадрового смеха.

5. Скорость монтажа.





Рис. 7. Скорость монтажа

Данная характеристика отображена на рисунке 7. Чем темнее цвет, тем быстрее монтаж в ситкоме.

Рисунок отражает ускорение монтажа ситкомов. При этом динамика не настолько сильна, как, например, в предыдущих характеристиках.

Можно говорить о том, что данная эволюционная черта характерна для ситуационных комедий наряду с присутствием и в других видах аудио-визуального контента. Что является в большей степени характеристикой практически всех программ в целом, и можно говорить о том, что на ситкомы она также распространяется.

Также стоит отметить, что есть примеры исключений – когда при быстром монтаже серий в них включаются нарочито медленные моменты. Они являются визуальными шутками, при этом данный приём набирает популярность именно в 2010-х годах. Этот приём встречается, например, в ситкомах «Интерны», «Зайцев +1».

Важно, что даже на фоне использования замедленной съёмки, в целом монтаж ускоряется, планы сменяются чаще. Более того, при быстром монтаже эпизодов в целом данные исключительные сцены находятся в большем контрасте с обычными, что может усиливать комический эффект, производимый ими на зрителя.

**ГЛАВА 3. ЭВОЛЮЦИЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СИТУАЦИОННЫХ КОМЕДИЙ**

§ 3.1. Определение содержательных характеристик для проведения анализа

Для анализа эволюции ситкомов необходимо изучить не только формальные признаки, но также драматургию ситуационных комедий, особенности персонажей и прочие параметры, которые мы объединили под названием содержательные характеристики. Именно от них во многом зависит успешность проекта, то, насколько его полюбят зрители и представляет ли он культурную ценность или является рядовым конвейерным продуктом. К данным характеристикам мы относим:

1. Главные герои:

• Количество главных героев. Как правило, их число колеблется от 1 до 6, соответственно, оно и будет учитываться. Ключевые персонажи, как указывалось в предыдущей главе, требуют наибольшей степени проработки, поскольку большинство шуток либо исходит непосредственно от них, либо так или иначе с этими героями связано. Также их количество зачастую демонстрирует, идёт ли ориентация на главного героя или на актёрский ансамбль.

• Пол. В ситуационных комедиях, в которых присутствует только один главный герой, данная характеристика определяется однозначно. В тех же сериалах, где речь идёт о группе персонажей, в случае, если среди них есть представители разных полов, мы будем учитывать этот факт, говоря о смешанном составе.

• Возраст. Этот параметр оценивается не буквально с точностью до года, а относительно возрастной группы персонажей. Для этого будет использоваться возрастная периодизация современной медицины .

1) новорожденный (1-10 дней);

2) грудной возраст (10 дней – 1 год);

3) раннее детство (1–3 года);

4) первое детство (4–7 лет);

5) второе детство (8-12 лет для мальчиков, 8-11 лет для девочек);

6) подростковый возраст (13–16 лет для мальчиков, 12–15 лет для девочек);

7) юношеский возраст (17–21 год для юношей, 16–20 лет для девушек);

8) зрелый возраст:

1 период (22–35 лет для мужчин, 21–35 лет для женщин);

2 период (36–60 лет для мужчин, 36–55 лет для женщин);

9) пожилой возраст (61–74 года для мужчин, 56–74 года для женщин);

10) старческий возраст (75–90 лет);

11) долгожители (90 лет и выше).[[32]](#footnote-33)

При этом, безусловно, для достижения целей данной работы нет необходимости учитывать его с той точностью, с которой это происходит в медицине, что зачастую невозможно. Поэтому к той или иной возрастной группе герой будет относиться в зависимости от его позиционирования и восприятия зрителями.

• Профессия. Для этого параметра используется классификация профессий, предложенная Е.А. Климовым: человек-человек, человек-природа, человек-техника, человек-художественный образ, человек-знаковая система.[[33]](#footnote-34) К типу человек-человек (Ч) относятся, например, профессия учителя, врача, официанта, к человеку-природе (П) – микробиолог, лесовод, селекционер. Тип человек-техника (Т) включает в себя сварщиков, водителей, электромонтёров, человек-художественный образ (Х) – модельеров, композиторов, актёров. Примерами профессий категории человек-знаковая система (З) являются экономист, радист, переводчик.

Также в ситуационных комедиях присутствуют персонажи школьного и студенческого возрастов. Для них в данном исследовании используем понятие учащийся (У).

• Семейное положение. В данной характеристике кроме общепринятых вариантов: холост/не замужем, женат/замужем, вдовец/вдова, разведён(а) также будем использовать понятие в отношениях. Связано это с тем, что даже не являясь официальным статусом этот параметр важен с точки зрения определения характера героя.

Кроме того, данный вид семейного положения встречается часто как в реальной жизни, так и на экранах. Он не закреплён юридически, поэтому используется не так часто, как категории, формально подтверждаемые документами. При этом с точки зрения достижения целей исследования важно учесть указанный статус в случае его наличия у героя.

• Экономическое положение. В рамках данной характеристики герои будут относиться к одной из трёх групп: бедный, средний класс, богатый. Деление будет осуществляться через субъективное восприятие, поскольку в данном случае важно, каким героя видит зритель. При этом, деление с использованием официально принятых критериев уровня дохода также и невозможно, поскольку точный размер заработка персонажей, как правило, не указывается, и оперировать мы можем лишь косвенными признаками, такими как его жильё, стиль жизни, интересны и т.п.

• Тип героя ситкома. Ситуационные комедии, как уже указывалось выше, имеют ряд особенностей, которые определяют специфику героев. При этом, классификация персонажей по каким-либо классическим критериям, таким как архетипы или амплуа невозможна. Связано это с тем, что ряд типажей может быть вовсе не представлен, например из-за того, что многие вопросы вовсе не поднимаются в ситкомах, или наоборот – какие-то группы героев будут подходить почти всем. Таким образом, чтобы получить данные, которые позволят отразить реальную ситуацию, необходимо использовать специфическую классификацию для героев ситкомов.

Нами были выбраны типы следующие типы героев: умник; милый неудачник, неврастеник, тупой, стерва\негодяй, бабник\женская версия того же, материалист, не от мира сего.[[34]](#footnote-35) Данный классификатор наиболее релевантен для проводимого исследования, он был представлен К. Наумочкиным как подходящий для типологизации персонажей именно ситуационных комедий.

2. Кол-во сюжетных линий в серии. Традиционно в ситкомах одновременно развивается две сюжетных линии А и В. Однако возможны варианты, когда их больше, это и будет измеряться в данном параметре.

3. Типы комедийного сюжета. Для измерения данной характеристики используется типология, предложенная для ситкомов Д. Воркхаусом.[[35]](#footnote-36) Она включает в себя следующие группы: 1. Комические противоположности. В этом случае берутся герои с противоположными комическими перспективами, и на этом строится сюжет. 2. Ценр и эксцентрики. Здесь в центре ситкома относительно нормальный персонаж, глазами которого смотрит зритель, а окружают его комичные герои. 3. Волшебные способности. В данном типе комедийного сюжета ситуация отличается от реальной жизни, например, приведения живут среди нас или наука позволяет телепортироваться. 4. Не в своей тарелке. Здесь герой или герои оказываются в непривычном для себя мире: богатый среди бедных, современный человек в прошлом и т.п. 5. Групповая комедия. Группа героев противостоит общему врагу, например, в сериале «Друзья» персонажи противостоят одиночеству. 6. Движимый звездой. Ситком строится вокруг «звезды», актёра самого по себе смешного и интересного зрителю. Стоит отметить, что возможны комбинации различных типов комедийного сюжета в одной ситуационной комедии.

4. Юмор

• Доминирование вербальных или визуальных шуток. Разделение шуток в ситкомах на два указанных вида было подробно описано во второй главе данного исследования. Ключевым критерием их различия является то, что чтобы воспринять вербальную шутку, её нужно обязательно услышать, а визуальную – увидеть. При произнесении шуток, актёры, как правило, отыгрывают их, что усиливает восприятие. Поэтому указанный критерий необходим для определения отличия между визуальной шуткой и обыгрыванием вербальной. В качестве результата оценки этой характеристики принимается один из трёх вариантов: больше визуальных, больше вербальных или приблизительно поровну

• Тематика вербальных шуток. Также интересно вывить, на какие темы преимущественно шутят герои. Исходя из материалов исследования, представленного во второй главе данной работы, выделим ряд тем, которые чаще всего являются объектами разговоров в ситуационных комедиях. 1. Человек (внешность, личность…) 2. Работа (всё о карьере) 3. Быт (всё о доме и домашних делах) 4. Страна (политика, экономика, социальная сфера) 5. Культура и искусство 6. Отношения и секс 7. Наука, учение. Акцент на сферу.

5. Главное место действия. Данная характеристика отражает, где разворачиваются основные события ситкома. В данном случае были выбраны следующие группы: дом/места отдыха, работа/учёба. Каждый отдельный ситком, как правило, можно отнести к одному из этих двух типов, поскольку либо речь идёт в первую очередь о профессиональной деятельности, тогда это может быть связано и с повышением квалификации, например, соответственно, и с обучением. Либо с частной жизнью, что обуславливает акцент на доме и отдыхе персонажей.

Таким образом, выбранные формальные и содержательные характеристики позволят проанализировать российские ситуационные комедии 2000-2010-х годов и выявить особенности их эволюции.

§ 3.2. Сравнительный анализ характеристик главных героев

1) Количество главных героев.

Этот параметр отражён на рисунке 8. Чем темнее цвет, тем большее количество главных героев присутствует в ситкоме. Данная характеристика значимо не эволюционировала в течение исследуемого периода.

Мы можем видеть примеры ситкомов с разным количеством главных героев во все временные промежутки. В период 2009 – 2011 годов присутствует большее количество ситуационных комедий, в которых количество ключевых персонажей выше среднего. Однако уже в 2012 году резко увеличивается число ситкомов, в которых 1 или 2 главных героя.





Рис. 8. Количество главных героев

Соответственно, на протяжении исследуемого периода данная характеристика колеблется, но тенденцию к эволюции в определённом направлении обнаружить не удалось.

2) Пол

Эволюция данной характеристики представлена на рисунке 9. Светлым цветом отмечены ситкомы, где главные роли у женщин. Средний тон у ситуационных комедий, в которых среди главных героев присутствуют представители обоих полов. И, наконец, тёмным цветом обозначены комедии, где главные роли у персонажей мужского пола.





Рис. 9. Пол главных героев

По рисунку видно, что ситкомы, где главные герои исключительно женщины встречаются крайне редко. Наиболее популярны ситуационные комедии с ключевыми персонажами обоих полов. При этом наблюдается увеличение количества исследуемых сериалов, где главные роли у мужчин. Так в 2013 и 2014 годах данный вид ситкомов составляет почти 60% от их общего числа.

При этом, в 2008 и 2009 годах в исследуемой выборке не присутствует ни одной ситуационной комедии, где главные герои исключительно мужчины.

Ещё в более ранние годы наблюдается присутствие ситкомов с главными героями – мужчинами, при этом их количество невелико и нельзя говорить о том, что они доминировали на рынке, что, например, происходит, как указывалось выше, начиная с 2012-го года.

Соответственно, данная характеристика эволюционирует и наблюдается увеличение процента ситуационных комедий, в которых главными героями являются исключительно мужские персонажи.

3) Возраст





Рис. 10. Возраст главных героев

На рисунке 10 представлены ситкомы с обозначением возрастных характеристик главных героев. Чем темнее цвет, тем старше ключевые персонажи. В случае наличия разных возрастных категорий в группах главных героев, выбирались доминирующие, и делалась поправка на возраст тех, кто в меньшинстве.

Можно отметить, что в 2004 - 2005 годы в большем количестве ситуационных комедий главными героями являлись люди зрелого возраста второй группы (от 35 лет), начиная с 2010-го всё более значительную долю занимают ситкомы, где главные герои уже преимущественно зрелого возраста первой категории (от 21 до 34 лет). Соответственно, наблюдается тенденция к тому, что ключевые персонажи молодеют, однако ниже юношеского возраста количество их лет, как правило, не опускается.

4) Профессия

Профессии главных героев ситкомов почти всегда связаны с людьми, т.е. относятся к категории «человек-человек». Даже если работа другая, например, герой сериала «Последний из Магикян» владеет автосервисом и показан как эксперт в ремонте автомобилей. Всё равно нам показывают аспекты именно его деятельности во взаимодействиях с окружающими.

Этот феномен может быть обоснован тем, что именно взаимодействия персонажей друг с другом являются источником подавляющего большинства шуток в ситуационных комедиях, соответственно, если мы видим героя на работе, мы должны также дать ему возможность попадать в смешные ситуации, что гораздо удобнее сделать, если он работает с людьми.

Соответственно, в данной характеристике эволюция не обнаружена, поскольку во все исследуемые годы доминируют ситкомы с героями, профессии которых относятся к категории «Человек-Человек». Кроме того, можно говорить о стабильности этого показателя, поскольку доминирование у главных героев профессий, основным компонентом которых является взаимодействие с окружающими людьми, присутствовало всегда.

5) Семейное положение

При анализе информации в рамках данной характеристики мы фокусируемся на наиболее популярных статусах, а именно холост/в отношениях/женат. Прочие виды семейного положения встречались крайне редко, поэтому для объективного анализа сосредоточимся на указанных трёх основных статусах.

Если в ситкоме несколько главных героев с разным семейным положением, то смотрим, какие статусы доминируют. Чем темнее цвет в таблице, тем больше женатых персонажей, соответственно, чем светлее, тем больше свободных. Данная характеристика отражена на рисунке 11.





Рис. 11. Семейное положение главных героев

Эволюция в рамках данной характеристики наблюдается в виде увеличения числа ситкомов, в которых главные герои преимущественно свободны или находятся в незарегистрированных отношениях. При этом, в том или ином количестве во все временные периоды всегда присутствуют ситуационные комедии, рассказывающие о жизнях персонажей, относящихся ко всем трём категориям.

Так можем наблюдать, что на протяжении практически всего исследуемого периода в эфире были ситкомы, рассказывающие о жизни как женатых людей, так и холостых, до 2010 года их процент находится в районе 50%, иногда опускаясь до 25 в качестве исключения. Начиная с 2010-го данный вид ситкомов уже не превышает 23%, опускаясь до доли в 16%.

6) Экономическое положение

На рисунке 12 отображена эволюция экономического положения главных героев ситуационных комедий. Светлым цветом обозначены ситкомы, где ключевые персонажи беднее среднего класса, следующий тон – это средний класс и тёмный – богатые герои.

По таблице видно, что ситкомы снимают в основном либо про средний класс, либо про малообеспеченных людей. Кроме того, в середине двухтысячных герои были преимущественно бедные, в то время как в последние несколько лет можем наблюдать увеличение доли ситкомов о среднем классе.

Так в 2006 году в эфире присутствовало 20% ситуационных комедий, в которых главных героев можно отнести к среднему классу, а экономическое положение оставшихся 80% было ниже среднего. Ситуация изменялась постепенно, так в 2009 ситкомы о среднем классе составили уже 40%, в 2010 – 60%, а на весну 2014 года доля исследуемых сериалов, где главные герои относятся к среднему классу или богаче превысила 70%.





Рис. 12. Экономическое положение главных героев

Богатые лавные герои практически не встречаются. Бывает противопоставление богатый-бедный, при этом главный герой в таком случае как правило малообеспечен. Такая ситуация присутствует, например, в «Моей прекрасной няне», где при том, что действия разворачиваются в богатом доме, главная героиня относительно бедна.

7) Тип героя

Типажи как таковые значимо не изменялись в российских ситкомах 2000-200-х годов.

Можно отметить, что всегда был и остаётся очень популярен тип милого неудачника. Он, хотя бы частично присутствует почти в каждом ситкоме. Имеется в виду, что если он не присущ главному герою, то, как правило, хотя бы одному из его ближайшего окружения. Для этого типажа характерно совершение большого количества оплошностей, данные герои обычно очень стараются что-то сделать хорошо, но у них не получается. Можно предположить, что популярность именно этого типа на протяжении всего исследуемого периода обоснована с точки зрения большей вероятности симпатизирования зрителями именно этому типажу.

Имеется в виду, что сравнивая, например, милого неудачника с тупым, можно отметить, что зрителю будет легче ассоциировать себя с персонажем, который в целом хорош, но ему не везёт, чем с тем, чьи неудачи обоснованы его очевидно слабыми интеллектуальными способностями. Соответственно, такой типаж как тупица чаще всречается у героев второго плана, при том что милый неудачник преимущественно у главных персонажей.

Таким образом, характеристики главных героев эволюционировали в течение 2000-2010-х годов. Главным образом изменились их половозрастные характеристики, так от более взрослых персонажей разных полов мы приходим к мужчинам средних лет. Также эволюционировало семейное положение персонажей, которые всё чаще либо свободны, либо находятся в незарегистрированных отношениях. Кроме того изменилось экономическое положение, которое присуще главным героям. С течением времени можно говорить о том, что оно улучшается, но, как правило, не выходит за рамки среднего класса.

Также не удалось обнаружить эволюционные изменения в ряде характеристик. К ним относится количество главных героев и их типажи.

§3.3. Сравнительный анализ общих сценарных содержательных характеристик

1. Кол-во сюжетных линий в серии.

Рисунок 13 отражает ситуацию с количеством сюжетных линий в серии. Светлым цветом обозначены серии, где есть лишь одна сюжетная линия, следующим по насыщенности – две, более тёмным – три и более сюжетных линии.

Классически в ситуационных комедиях присутствует две сюжетных линии в каждой серии. Как минимум в одной из них задействован главный герой. Таблица подтверждает популярность серий именно с двумя сюжетными линиями. При этом, в последние годы появляются ситкомы с большим их количеством, но они всё ещё возникают в качестве исключений.





Рис.13. Количество сюжетных линий в серии

Так можно наблюдать, что до 2010 года не было обнаружено ситкомов, количество сюжетных линий в которых превышало бы 3 штуки. Начиная с 2010 года данные ситкомы также редки и их доля не превышает 12%.

Стабильность данной характеристики может свидетельствовать о том, что исследуемый формат освоен производителями в России и найдено оптимальное количество сюжетных линий. Также увеличение этого показателя в ситуационных комедиях затруднительно с точки зрения их относительно короткого хронометража и двухактной структуры.

2. Типы комедийного сюжета.

Как указывалось при описании исследуемых характеристик, в отдельно взятом ситкоме может быть смешано несколько типов комедийного сюжета. При этом, как правило, один из них доминирует. После анализа исследуемой выборки оказалось, что практически каждый ситком включает в себя сюжет «комические противоположности». Используется он преимущественно не как основной, а в качестве дополнительного.

Примером применения этого типа как основного является ситком «Кто в доме хозяин», где мы видим столкновение противоположностей, как основной двигатель сюжета. Однако в случае использования других типов как основных «комические противоположности» являются дополнительными, поскольку определяют соотношение черт характера героев.

Основным же комедийном сюжетом в большинстве случаев является либо «центр-эксцентрики», либо групповой. В связи с этим на рисунке 14 представлено сравнение именно этих двух видов сюжетов. Более светлый тон относится к «центр-эксцентрики», а более тёмный к групповым сюжетам. Также некоторые ситкомы не выделены ни одним цветом. Это означает, что в них не представлен ни один из указанных двух вариантов, которые мы сравниваем.

Можно говорить о том, что оба вида сюжета популярны и часто используются приблизительно в равной пропорции. Наблюдается некоторая динамика по увеличению числа ситкомов, использующих модель «центр-эксцентрики».

В ситкомах выборки до 2004 года из двух сравниваемых типов встречался только один – групповой. После этого начинают появляться ситуационные комедии «центр-эксцентрики», однако их процент колеблется в районе 20-30% при наличии выбросов до 50%. Более стабильной с точки зрения наличия данного типа сюжета ситуация становится начиная с 2011 года, когда их присутствие стабильно превышает 30% (в сравнении с групповым сюжетом).





Рис. 14. Тип комедийного сюжета

Соответственно, можно сделать вывод о том, что групповой сюжет использовался всегда на протяжении исследуемого периода. При этом «центр-эксцентрики» набирал популярность постепенно и на данный момент времени занимает равную по популярности позицию с групповым.

Также отметим, что два эти типа сюжета наиболее популярны как ведущие типы. В комбинациях с ними как правило идут и прочие вышеописанные типы.

3. Юмор

1) Доминирование вербальных или визуальных шуток.

На рисунке 15 светлым цветом выделены ситкомы, в которых доминируют вербальные шутки, средний тон для сериалов, где оба вида юмора представлены приблизительно в равной пропорции и тёмный цвет для визуальных шуток.

Можно говорить о том, что с течением времени увеличивается акцент на тех шутках, которые необходимо именно увидеть. Динамика не слишком активная, однако, наличие её заметно.





Рис. 15. Вербальные и визуальные шутки

Как указывалось в первой главе, доминирование визуальных шутов свойственно преимущественно западным ситуационным комедиям, в то время как для российских ситкомов характерно большее количество вербальных.

Динамика, которая отображена на рисунке 15 демонстрирует приближение российских ситкомов к западным по данной характеристике. Так на весну 2014-го в данный доля ситуационных комедий, в которых доминируют вербальные шутки составляет 30%, при том что до 2002-го они составляли 100%. Начиная с 2003 года постепенно появлялось всё больше ситкомов, делающих акцент на визуальных шутках, что привело к ситуации большей их распространенности.

2) Тематика вербальных шуток

Данная характеристика практически не претерпела изменений за указанный период. Вероятно, это может быть связано с тем, что формат ситкома не предполагает поднятия глубоких сложных тем, а фокусируется именно на лёгких бытовых вопросах. Соответственно, наиболее популярными темами для шуток в течение 2000-2010-х годов являются отношения, быт, работа и человек непосредственно. Встречаются также шутки о науке и учении, однако они присутствуют, как правило, только если герои ещё учатся в школе или институте.

4. Главное место действия.

Рисунок 16 демонстрирует эволюцию данной характеристики. Светлым цветом обозначена категория дом/отдых, тёмным – работа/учёба.

Можем отметить, что в середине двухтысячных был период, когда практически не выходили ситкомы на профессиональные темы, фокус был сосредоточен на бытовой повседневной жизни героев. С 2010 года мы видим наращивание количества ситуационных комедий, в которых ключевым местом действия является именно работа. В 2014 году их доля увеличивается уже до 40% при том что ранее на протяжении ряда лет они вовсе не были представлены.





Рис. 16. Главное место действия

Таким образом, общие сценарные содержательные характеристики эволюционировали на протяжении 200-2010-х годов в российских ситкомах.

Так, говоря о юморе стоит отметить, что эволюция заключается преимущественно в изменении типа шуток (вербальные или визуальные), а не их тем. Соответственно, стабильность использования одних и тех же тематик для юмора в ситуационных комедиях соотносится с развлекательной функцией ситкомов, согласно которой эпизоды должны быть легки для восприятия и не поднимать слишком сложных вопросов. Такие темы как политика, экономика слабо представлены в ситкомах, соответственно, и шутят по этим вопросам редко.

Также выявлена эволюция такой характеристики, как главное место действия, которое всё больше смещается в рабочую зону вместо домашней.

Типы сюжета, которые наиболее часто используются, также эволюционируют, однако динамика здесь невелика. Есть типы, которые всегда популярны, например, «комические противоположности». Есть, в свою очередь, такие, которые стали использоваться чаще за исследуемый период, было выявлено, что данная динамика свойственна типу сюжета «центр-эксцентрики».

Количество сюжетных линий в ситкомах было выявлено что является стабильной характеристикой, которая значимо не изменилась за 2000-2010-е годы.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В данной работе исследовалась эволюция российских ситуационных комедий в 2000-2010-х годах. Выдвигаемая гипотеза заключалась в том, что российские ситуационные комедии 2000-2010-х годов эволюционировали по следующим характеристикам: специфика шуток (вербальные или визуальные), скорость монтажа, наличие съёмок на натуре, закадрового смеха, количество локаций, основные места действия, характеристики главных героев.

В результате проведённого исследования выдвигаемая гипотеза подтвердилась, кроме того, были выявлены особенности эволюции вышеописанных характеристик.

Так с точки зрения глубины произошедших изменений, формальные признаки эволюционировали в более значительной степени, чем содержательные.

В первую очередь усложнился съёмочный процесс. То есть в более поздних ситкомах используют съёмки на натуре, большее количество локаций. Эпизоды благодаря этому выглядят более разнообразными. Так начиная с 2012 года процент ситуационных комедий, в которых задействовано более 10 локаций составляет 40% при том что в более ранние годы данное число локаций встречалось лишь в качестве исключения. Говоря о съёмках на натуре стоит отметить, до 2011 года в течение ряда лет не обнаруживаются ситкомы, использующие данный вид съёмок. При этом начиная с 2011 мы видим резкий скачок их доли до 54%.

При этом всё чаще российские производители начали отказываться от закадрового смеха, так в 2013 году, например, более 70% ситкомов не содержали данного компонента, в то время как с 2006 по 2009 годы практически все ситуационные комедии сопровождались смехом за кадром.

Скорость монтажа ситкомов увеличивается, при этом можно говорить о постепенном её наращивании без резких скачков. Даже в 2010-х присутствуют ситуационные комедии с медленным монтажом, но они уже в меньшинстве, в отличие от 2000-х, когда наоборот, быстрый монтаж встречался реже.

Также было выявлено, что продолжительности серий, которые стабильно держатся на уровне 22-26 минут значимо не изменялись в течение указанного периода.

Содержательные характеристики эволюционировали в меньшей степени, однако и в данной категории есть критерии, которые изменились значительно. Так было выявлено, что всё больше главными героями ситкомов являются мужчины, при этом возраст стремится к 30 годам в среднем. Ранее данные виды ситкомов встречались редко и наиболее популярным видом были такие, где среди главных героев присутствуют как мужчины, так и женщины.

Экономическое положение главных героев несколько улучшилось за исследуемый период, однако в основном остаётся в рамках восприятия персонажей как людей среднего класса. Так обеспеченные главные герои (средний класс и выше) составляют 70% в последнем году исследуемого периода, в то время как в начале 2000-х данный показатель был на уровне 20%.

При этом семейное положение становится более свободным – всё меньше женатых или замужних главных героев, они чаще находятся в незарегистрированных отношениях или свободны. Так в 2013 году в 78% ситкомов главные персонажи не состоят в зарегистрированных отношениях. В то время как в 2005 году, например, в половине ситуационных комедий герои были женаты.

В 2010-е годы также начали снимать больше ситуационных комедий о работе, в то время как во второй половине 2000-х рассказывали зрителям преимущественно о частной жизни персонажей: их домашних делах и досуге.

Также было замечено, что больше внимания в ситкомах начали уделять визуальным шуткам, т.е. таким, которые необходимо обязательно видеть, чтобы понять, в то время как ранее доминировали вербальные. Так до 2003 года не было обнаружено ситкомов с доминированием визуальных шуток, когда после данного периода начинается тренд по увеличению их доли.

Для достижения цели данной работы, то есть для выявления закономерности и тенденций эволюции формата российских ситуационных комедий 2000-2010-х годов мы ставили перед собой ряд задач. Все они были достигнуты. При этом данная работа включает в себя исследование ситуационных комедий как формата в целом, что позволило обоснованно осуществлять выбор характеристик для анализа.

Таким образом, в ходе исследования были достигнуты все поставленные перед нами цели и задачи. При этом выдвинутая гипотеза подтвердилась.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Аверинцев С.С. Бахтин, смех, христианская культура // М.М. Бахтин как философ. М.: Наука, 1992. С. 7 – 19.

Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения; Автореф. дис. Жанровая структура российского развлекательного телевидения канд. Филол. Наук: 10.01.10 Ин-т пов. квал. работников телев. и радиов. М., 2008.

Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп. 2008. №2. режим доступа [www.mediascope.ru/node/230](http://www.mediascope.ru/node/230) 13.03.14.

Акинфиев С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2008. №6. С. 110 - 124.

Акопов А.З. Все надежды на развитие кино как искусства и как бизнеса связаны с телевидением // Cinemotion Lab. 2014. №48. С. 1-3.

Алекберова А.А. Понятие и система телевизионных жанров // Современная филология: материалы междунар. заоч. науч. конф. Уфа: Лето, 2011. С. 230 - 234.

Барабаш Н.А. Телевидение и театр. Игры постмодерна. М.: КомКнига, 2010.

Беньямин В. Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Культурный центр имени Гете, 1996.

Бардон Э. Три теории Юмора // Cinemotion. 2012г. режим доступа <http://www.cinemotionlab.com/think/144> 8.11.13.

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006.

Веселова О.В, Новые жанры российского телевидения – ситкомы: адаптированные и оригинальные / под ред. Е.Г. Ясина XIV апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества В четырёх книгах. М.: Издательский дом Высшей Школы Экономики,– 2014. К. 4 с. 505 - 5011.

Воркхаус Д. Типы комедийного сюжета // Материалы тренинга для сценаристов. М. 2013.

Годовой отчёт ТНТ по итогам 2012 года, 2013.

Давыдов М.Л. Типология телевизионных многосерийных художественных фильмов // Вестник электронных и печатных СМИ №7 режим доступа ttp://www.ipk.ru/index.php?id=1583 8.11.13.

Дондурей Д. Развлекательное ТВ: шутки в сторону // Искусство кино. 2006. №4. С. 3.

Зверева В. Телевизионные сериалы: MadeinRussia // Критическая масса. 2003. №3 режим доступа <http://culturca.narod.ru/stserial.htm> 12.03.14.

Кавелти Дж.Изучение литературных формул // Новое литературное обозрение. перевод с английского Е. М. Лазаревой. 1996. № 22. С. 33 – 64.

Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. C. 42-51.

Качкаева А.Г., Кирия И.А. Российское телевидение: между спросом и предложением. М: Элиткомстар, ГУ-ВШЭ, 2007. T.1 – 2.

Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект Пресс. 2004.

Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 65-70.

Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. М.: Академия, 2010.

Крамер Дж. Никто ничего не знает // Cinemotion. 2012. режим доступа <http://www.cinemotionlab.com/inspire/29> 12.03.14.

Лукшина Ю. Как разрабатывать сюжеты в вертикальных сериалах // Cinemotion. 2012. режим доступа <http://www.cinemotionlab.com/think/119> 12.03.14.

Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / Пер. с англ.  М.: Альпина нон-фикшн, 2008.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека  / Пер. с англ. В. Николаева. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.

Медицинский справочник Режим доступа <http://med-tutorial.ru/med-books/book/59/page/1-tema-1-zakonomernosti-rosta-i-razvitiya-detskogo-organizma/8-1-2-vozrastnaya-periodizatsiya> 23.01.14.

Москаленко Л. Рейтинги вместо смысла // Эксперт. 2012. №38 режим доступа <http://expert.ru/expert/2012/38/rejtingi-vmesto-smyisla/> 24.12.13.

Муратов С.А. Парадоксы многосерийности // Вестник Московского университета. Серия 10. 2009. №4. С. 26-35.

Наумочкин К. У нас нет устойчивого отношения к ситкому // Cinemotion – 2012. режим доступа <http://www.cinemotionlab.com/inspire/46> 12.03.14.

Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алатейя, 2008.

Новикова А.А. Формульные жанры на телевидении // Обсерватория культуры. 2007. № 3. С. 34-39.

Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха, М.: Лабиринт, 2009.

Розенгурт Р. 10 заповедей ситкома // Блог И.Н. Кемарской режим доступа <http://dramafond.ru/pishem-telescenarijj-10-zapovedejj-sitkoma/> 23.01.14.

Семенова С. Прибыль от сериалов – самые серьезные деньги на ТВ // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2005. №7 режим доступа <http://broadcasting.ru/articles2/econandmen/income_ser> 2.10.13.

Слепаков С. Мы хотим придумать самый лучший в мире сериал // Cinemotion – 2012. режим доступа <http://www.cinemotionlab.com/inspire/32> 12.03.14.

Тарасенко А.С. Эволюция развлекательных телеформатов в 2000 гг. // Меди@льманах. 2010. № 5

Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития, отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, М.: ФАПМК, 2010. режим доступа <http://www.fapmc.ru/activities/reports/> 7.11.13.

Телевидение. Режиссура реальности сб. / под ред. Д.Дондурея. М.: Искусство кино,  2007.

Удовиченко Р.В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» // «Научная мысль Кавказа» 2011. № 2. C.148-153

Цвик Л.В. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 52-55.

Шахматова Т.С. Традиции водевиля и мелодрамы в русской драматургии XX - начала XXI веков; Дис. Канд. Филол. Наук: 10.01.01. / Казанский государственный университет. К., 2009.

Butsch R., Five Decades and Three Hundred Sitcoms about Class and Gender/ Edgerton G., Rose B., (eds) Thinking Outside the Box, Lexington: 2008. P. 111 – 136.

Chandler Daniel An Introduction to Genre Theory. Aberystwyth University. 2002.

Cury, Ivan Directing and Producing for Television: A Format Approach. Focal Press: 2006.

Henry M. The Triumph of Popular Culture: Situation Comedy, Postmodernism and The Simpsons/ Morreale J. (ed) Critiquing Sitcom: A Reader. Syracuse: 2003.

Jones G., Honey, I’m Home! Sitcoms: Selling the American Dream. New York: 1992.

Mary Lou Belli, Phil Romano The sitcom career book. New York: Back stage books. 2004.

Mittel J., Genre and Television: From Cop Show to Cartoons in American culture. New York: 2005.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ВЫЯВЛЕНИЕ ФОРМАТНЫХ ПРИЗНАКОВ СИТКОМОВ

Табл. 1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вход** | **Выход** | **Длина** | **Эпизод** | **Приёмы** |
| 1 | 00.00 | 0.16 | 0.16 | **Клиника**  **Тизер**  Будильник затыкает ногой. Внутренний голос героя, видим его мир. «Я не мог уснуть, а когда я нервничаю, я начинаю дурачиться» | **Закадровый текст** - внутренний голос героя. Зритель оказывается и внешним наблюдателем за происходящим, и включенным во внутренние переживания героя. |
| 2 | 0.16 | 0.20 | 0.04 | скетч – он кривляется перед зеркалом в пене для бритья | Это **аттракцион**. Мы просто наблюдаем за героем. Как за клоуном в цирке. Он – смешной по своим действиям. Акцент на физический юмор |
| 3 | 0.20 | 0.25 | 0.05 | Стоит одетый «Сегодня мой первый день в клинике. Я крутой» - несоответствие предыдущей сцене | Сразу – заявка на характер героя: он недотепа, но внешне хочет выглядеть круто. Заложенный изначально внутренний конфликт. |
| 4 | 0.25 | 0.31 | 0.06 | Идёт к клинике, камера следует за ним, весёлая музыка | переход к следующей сцене. |
| 5 | 0.31 | 0.48 | 0.17 | Сцена продолжается, он заходит внутрь. Музыка «зажёвывается», видим глазами героя неоправданные ожидания(лица больных, медсестра говорит об инфекции…) Он: «… много лет колледжа… Я нихрена не знаю» | **Контраст** между закадровым текстом – пафосными ожиданиями героя – и реалиями клиники. |
| 6 | 0.48 | 1.00 | 0.12 | Заставка, показывают всех основных героев |  |
| 7 | 1.00 | 1.14 | 0.14 | Холл клиники, много больных, «Вот, как всё началось» Медсестра и герой. Понимаем, что от пациента, с которым он не знает, что делать ему не отвязаться. Герой: «Я хотел помогать людям, но вчерашняя вводная…» - противоречие ожиданий и скетча | **способы представления героев**. Мы еще никого в этой клинике не знаем. И нам даны усеченные сцены знакомства главного героя с остальными персонажами. Кого-то (как медсестру) показывают мельком в повседневной работе. |
| 8 | 1.14 | 1.28 | 0.14 | Скетч: в комнате много людей, понимаем, что тоже интерны, странный юрист говорит «Клиника не любит, когда на неё подают в суд» и т.п., Герой сидит рядом с другом | гипертрофированность образа юриста, восприятие этого персонажа главным героем. Он видит какого-то психа – и мы, зрители видим психа. Он видит доброго дядю – главврача, - и мы видим в главвраче доброго дядю. Сейчас каждый такой мини-эпизод – визитная карточка очередного персонажа. Это первая серия. Ее задача – ввести зрителя в суть дела и **представить** ему **основных героев**. |
| 9 | 1.28 | 1.38 | 0.10 | Флешбек, история дружбы героя и Тёрка в коротких забавных моментах | **Флешбэк**Ретровоспоминание |
| 10 | 1.38 | 1.57 | 0.19 | Снова в комнате, диалог друзей. Главный герой задаёт тупой вопрос, друг отвечает более здраво | ГГ – дурачок |
| 11 | 1.57 | 2.36 | 0.39 | Юрист плохо шутит на тему судебных исков. Сразу видно, что он неудачник + соответствующе выглядит[вставка на 2 секунды из разговора друзей] Появляется главный врач. Добрый и адекватный, по-отечески разговаривает. | Этот эпизод вводит нас в команду героев. Их характеры выглядят ярче за счет **контраста**. Новый персонаж контрастирует с появлением предыдущего. |
| 12 | 2.36 | 3.04 | 0.28 | Зона отдыха врачей. Герой и Тёрк обсуждают: «Стажёры-хирурги берут по пиву, стажёры общей практики играют в пакман» Появляется героиня Элиот, Герою она нравится, начинает вести себя глупо, говорить противоположное тому, что утверждал раньше, чтобы понравиться ей [короткая шутка Тёрка по поводу её имени]. Она из общей практики, герой смешно, почти незаметно ликует | Ввод еще одной героини – из главных. Сразу заявлена любовная линия: девушка нравится главному герою. Это дают понять через его поведение – начинает тараторить, быстро подстраивает своё мнение под неё, выглядит неуверенно, но хочет показаться крутым |
| 13 | 3.04 | 3.15 | 0.11 | Герой идёт по коридору сЭлиот, диалог [2 короткие шутки] |  |
| 14 | 3.15 | 3.35 | 0.20 | Выходят на лестницу, вставка шутки – мы слышим мысли героя, которые расходятся с тем, что говорит Элиот. Она неожиданно начинает бежать наперегонки | **Очень интересный прием**: введение сюрреалистического эпизода с соревнованием (бег со спортивными эффектами происходит только в воображении героя). Прием: сочетание реалистичных и воображаемых сцен, плюс – закадровый комментарий героя. |
| 15 | 3.35 | 3.59 | 0.24 | Скетч как они соревнуются, герой одет как профессиональный бегун (несоответствие ситуации) + смешные  ситуации на несоответствии (обливается кофе как водой) Мы видим мир героя -как ему важно победить | Аттракцион-гэг: герой обливается кофе, как водой, имитация поведения настоящих спортсменов в совершенно неподходящих для этого условиях. Опять – контраст реальности и воображения героя. |
| 16 | 3.59 | 4.24 | 0.25 | Коридор, они прибежали, Элиот дышит легко, герой еле-еле и говорит, что постоянно бегает (опять шутка на несоответствие). Появляется новый ординатор, даёт пейджеры [шутка, опять видим глазами героя и слышим его мысли] | Вышли из сюра опять в реальность. Это **форматный прием** |
| 17 | 4.24 | 4.33 | 0.09 | Коридор, герой и медсестра Карла (новый персонаж) везут больного, смешная ситуация как падает герой | Визуальная шутка с падением, за счёт этого видим неуклюжесть героя. За счёт контраста органичного поведения всех медиков и неуклюжести ГГ |
| 18 | 4.33 | 5.34 | 1.01 | Палата больного Герой, Карла, появляется доктор Кокс, который начинает руководить и грубо разговаривать. Герой не справляется с уколом и возражает Коксу, доктор осаждает героя, смеётся над пациентом и уходит  [6 шуток за минуту] | Кокс – резонёр, у него острый ум, отличное чувств юмора.Смех за счёт контраста дурочка и резонёра, закадрового текста – идут мысли героя и мы видим его глазами, усиление моментов накладыванием звуков, например, грома при резком повороте головы, т.е. визуальная шутка slightgag усилена звуковыми эффектами. Также вербальные шутки резонёра, ирония |
| 19 | 5.34 | 6.32 | 0.58 | Обход в больнице, стажёры с главным врачом, [вставка внутреннего голоса – он представляет, что это викторина], он правильно отвечает, но хвалят его за то, что сделали медсёстры (герой боится касаться пациентов) Элиот опаздывает, герой ей подсказывает, в благодарность она соглашается пойти с ним на свидание | Серьёзные темы, например, обход больных подан в стилистике квиз-шоу, т.е. серьёзное подаётся как развлечение, а развлечение в дальнейшем как серьёзное |
| 20 | 6.32 | 6.36 | 0.04 | Герой один в комнате отдыха, снова его мысли | Закадровый текст, видим глазами героя. Повторяющийся приём |
| 21 | 6.36 | 6.59 | 0.23 | Скетч – мысли героя – представляет их будущее | Сюрреализм |
| 22 | 6.59 | 8.41 | 1.42 | Возвращается в реальность, появляется доктор Кокс с больной на каталке, ругается на героя, поливает грязью главврача, медицинскую систему, смеётся над больными [речь ироничная, много шуток + герой ведёт себя смешно], говорит, что пациентка мёртвая, он её возит, чтобы «не припахали к другой работе», женщина оказывается живой. Герой: «Вы для меня как отец» - ирония. Кокс угрожает герою, что выдаст его тайну про страх перед больными. После угрозы Кокс: «Хорошего дня» - опять несоответствие | Сюр резко прерывается резонёром. За счёт контраста сюра (мечт героя) и реальности ярче показано разрушение представлений героя о клинике. Усиление вербальных шуток визуальными – Кокс гворит про лекарства парадоксальный текст и при этом сильно жестикулирует. Вербальные шутки построенные на несоответствии представлений героя и мнения резонёра + контраст в самой речи Кокса  Резкая смена позитива-негатива  Визуальные шутки |
| 23 | 8.41 | 9.33 | 0.52 | Холл, Карла отдаёт анализы пациента герою, появляется друг Тёрк, хвастается, что он крутой и держал сердце, пытается произвести впечатление на Карлу, не удаётся. Появляется ещё стажёр хирург – они сдружились с Тёрком , герой им не соответствует «Стажёры хирурги крутые, общей практики как шахматный кружок». Тед смеётся над героем. | Закадровый текст мысли героя, контраст их и реальности  Видим мир глазами героя, |
| 24 | 9.33 | 10.01 | 0.28 | Лифт. Герой везёт пациента, шутит и пугает тех, кто едет рядом. Выходят из лифта, разговаривают, успокаивает пациента. Всё время вставки внутреннего голоса | Вербальная шутка усилена визуальной в виде реакции на вербальную. **Пример финальной шутки перед выходом на рекламу** |
| 25 | 10.01 | 10.29 | 0.28 | Второй день. Вид клиники снаружи (2 сек), герой стоит в коридоре, рядом уборщик чинит дверь. Герой  предполагает причину поломки, уборщик подозревает Джейди и угрожает ему [опять странная ситуация] | Неадекватная реакция героев (уборшика в данном случае) которая выражается вербально и опять усиливается шуткой slightgag |
| 26 | 10.29 | 11.05 | 0.36 | Снова обход, герой думает обЭлиот и не может ответить на вопрос Келсо, Элиот ему не подсказывает, но сама отвечает (за это время две вставки скетча из мыслей героя, где его в роли лося сбивает грузовик). | Закадровый текст мыслей героя, скетч с сюрреализмом – мысли героя, неожиданное поведение героини - сюрприз |
| 27 | 11.05 | 11.58 | 0.53 | Пожилая пациентка с плеером, герой и Тёрк. Джейди должен провести процедуру – он ведёт себя глуповато,  боится, Тёрк помогает, но получается не совсем так, как надо. Герой хочет жить с другом, но тот нет. Мысли героя расходятся с тем, что говорит. |  |
| 28 | 11.58 | 12.15 | 0.17 | По коридору едет герой и его пациент, Джейди рассказывает о своём разочаровании клиникой, но мужчина его не понимает |  |
| 29 | 12.15 | 12.30 | 0.15 | Герой бежит по коридору. Его голос закадровый нам объясняет, что вызов и все бегут спасать жизнь, кто первый, на том ответственность. Мы думаем, что он бежит спасать, но Джейди прячется в кладовой (опять несоответствие), там сталкивается с Элиот. | Сюрприз, неожиданные для зрителя повороты – герой бежит и закадровый текст – это его мысли о том, как можно спасти жизнь, потом внезапно решает спрятаться |
| 30 | 12.30 | 12.41 | 0.11 | Скетч, Тёрк спасает того пациента, но он просто уснул | Физическая шутка, закадровый текст – мысли героя, которые шутку поясняют |
| 31 | 12.41 | 13.09 | 0.28 | Продолжение в кладовке, Джейди и Элиот ссорятся и отменяют свидание. Заходит Кокс, берёт медикаменты: «Понятненько». | Контраст смущения и неуверенности героев и чёткость в действиях и отстранённость резонёра |
| 32 | 13.09 | 13.23 | 0.14 | Герой сидит не полу возле ординаторской, его внутренний голос рассказывает, что Элиот его пнула и ординаторская занята. | Закадровый поясняющий текст |
| 33 | 13.23 | 13.37 | 0.14 | Ординаторская. Тёрк целуется с Карлой. Вставка Джейди из коридора (3 сек) |  |
| 34 | 13.37 | 13.41 | 0.04 | Скетч как Тод смотрит на Карлу с Тёрком, занимающимися сексом |  |
| 35 | 13.41 | 13.54 | 0.13 | Карла шутит Тёрком, заставляя раздеться, а сама уходит, коридор, Тёрк кричит ей в след | Визуальная шутка |
| 36 | 13.54 | 14.57 | 1.03 | Палата. Пациент-ребёнок, Кокс осматривает его. Заходит Джейди и рассказывает про Тёрка с Карлой. Кокс рад за  Них, говорит ребёнку про секс и отправляет его писать в баночку. Герой переживает из-за дежурства и поэтому пришёл к Коксу, но тот его только больше пугает и насмехается. | Несоответствие того, что Кокс говорит ребёнку и нашими представлениями о дозволенном – это вызывает смех  Опять контраст ожиданий героя и реальности |
| 37 | 14.57 | 16.03 | 1.06 | Элиот идёт по коридору к стойке медсестёр и «наезжает» на Карлу, та её осаждает и все вокруг против Элиот |  |
| 38 | 16.03 | 16.45 | 0.42 | Ночь. Клиника снаружи (2 сек), Джейди сидит перед часами, сейчас начнётся дежурство. Келсоподбадривает и даёт совет насчёт пациентки. Герой боится. | Визуальные шутки, |
| 39 | 16.45 | 17.37 | 0.52 | Дежурство. Нарезка моментов (смешных, странных, показывающих, что герой так и не преодолел свой страх) | Нарезка кадров – ускоряется время |
| 40 | 17.37 | 18.28 | 0.51 | Коридор. Медсестра зовёт героя в палату его пациента (которого тот успокаивал днём). Мужчина умер, нужно объявить время смерти. Герой медленно входит в палату, грустная музыка, его мысли вслух. Объявляет время смерти. | Лирическая вставка |
| 41 | 18.28 | 19.12 | 0.44 | Джейди идёт к другому пациенту, слышим его внутренний голос, как он собирается силами. Заходит Тёрк и признаётся, что ему тоже было страшно, шутит, говорит, что переезжает к герою жить. |  |
| 42 | 19.12 | 19.27 | 0.15 | «И тогда у меня открылось второе дыхание» - внутренний голос. Герой едет по коридору уже уверенно. Видит уборщика, который говорит «Я слежу за тобой» | Slight gag |
| 43 | 19.27 | 20.56 | 1.29 | Заходит в зону отдыха. Там сидит Келсо. «Вот он мой спасательный круг» - думает герой. Келсозлится и орёт на него, показывая своё истинное лицо. В конце говорит опять мило, видно, что лицемерно – опять несоответствие. «Я не понял, если он козёл, то кто ж здесь положительный герой?» | Резкий контраст ожиданий героя и реальности |
| 44 | 20.56 | 21.58 | 1.02 | Джейди подбегает к больному, там Карла и Кокс. Нужно сделать надрез, Кокс убеждает Джейди, что тот справится и он справляется. Кокс хочет ещё поддержать, но не знает как и нервничает, уходит. Герой рад. | Ярче представляем героев за счёт контраста (Келсо в предыдущей сцене, Кокс в этой), через действия резонёра узнаём его подлинный характер |
| 45 | 21.58 | 22.50 | 0.52 | Герой идёт по коридору домой. Подходит Элиот, извиняется, целует его (слышим внутренний голос, расхождение с реальностью, быстро и комично меняет мнение). Идёт на выход Джейди «Самое главное, Что я умудрисля за первые три дня в клинике ни разу не оказаться в дурацком положении» и врезается в дверь. «Я крут» | Закадровый текст, видим глазами героя, контраст мыслей и реальности  Несоответствие представления героя о себе и неожиданных попаданий его в дурацкие ситуации (за счёт визуальных шуток)  **Пример финальной шутки в конце серии** |
|  |  |  |  | **Универ** |  |
| 46 | 00.04 | 1.09 | 1.05 | **Тизер**Два парня пьют кофе на кухне. Кузя: «…в кофе содержится кокаин» Гоша: «… кофеин» [смех] ещё немного  говорят, заходит Алла в халатике, лезет за кофе на верхнюю полку, парни заглядывают под юбку, короткий диалог, затем между собой обсуждают бельё | Дают представления о героях очень однозначные через их поступки, слова, внешний вид. Вербальные шутки наравне с визуальными.Алла залезает на стул – небольшой аттракцион. Типажи чёткие без скрытых сторон: Кузя – качок-дурачок, Алла – блондинка глупая, но красивая, Гоша – бабник, резонёр для Кузи |
| 47 | 1.09 | 2.35 | 1.26 | Кафе сидит девушка и молодой человек, она старше. Он обвиняет её в измене, но проговаривается сам.  Она уходит. [7 шуток, 9 раз закадровый смех] | Чуть больше вербальных шуток. |
| 48 | 2.35 | 4.08 | 1.33 | Кухня, Алла, Кузя и Гоша. Алла читает Форбс и мечтает о миллионерах. Гоше пишет девушка, он: «вот почему после секса девушки всё ещё хотят жениться…» Заходит комендант общежития, подселяет первокурсника Сашу. | Шутки на несоответствии: Алла: «какой красивый» Кузя: «Да, только урод»  Больше вербальных шуток |
| 49 | 4.08 | 4.38 | 0.30 | Титры, показывают всех главных героев |  |
| 50 | 4.38 | 6.04  () | 1.26 | Кухня, все знакомятся с Сашей, подтверждая сложившееся впечатление о них у зрителей. Саша занимается астрономией. Появляется Валя, Гоша «Ему 16 лет», Валя: «Дибильный возраст» Расходятся по комнатам | Много шуток, когда дурачок не понимает, что смеются остальные герои над ним.  + Смех за счёт несоответствия поведения ситуации (Кузя: 2ты ж мне сам шёпотом сказал…»  Вербально поясняют физические шутки (про форбс был сетап, сейчас пояснил Гоша, позже будет панчтлайн, когда придёт папа) по сути сетап состоит из вербальной и невербальной частей |
| 51 | 6.04 | 7.04  ( | 1.00 | Комната девочек, диалог Вали и Аллы. Выясняем, что Валя 5 месяцев встречалась с парнем и не занимались сексом, потому что она «Пыталась понять, любит его или нет», при этом вырываются у неё тайные желания | Почти все шутки вербальные  Сильный контраст двух девушек, за счёт чего ярче видны их типовые характеры + внешность сильно подчёркивает характеры |
| 52 | 7.04 | 9.06 | 2.02 | Кухня, в кадре Алла и Кузя. Заходит девушка, от которой скрывается Гоша, ей неумело врёт Кузя, она уходит.  Заходит сам Гоша, учит Кузю врать. Появляетсясерьёзный мужчина, говорит, что папа Саши. Кузя говорит несуразицу, пытаясь повторить за Гошей. Мужчина, думая, что Кузя наркоман угрожает ему, делая знак «доктора зло» и уходит искать сына, т.к. Саши нет. Алла вшоку и показывает всем, что папа Саши в списке форбс | Все шутки вербальные, виуальные шутки слабее и дополняют сказанное, например, жест Сильвестра подобный жесту доктора зло, когда он обещает наказать Кузю |
| 53 | 9.06 | 9.42 | 0.36 | Кухня, на диване сидят Кузя и Гоша, заходит Саша, они начинают к нему подмазываться | Шутки вербальные, контраст с прошлым их поведением и отношением забавляет |
| 54 | 9.42 | 10.22 | 0.40 | Нарезка в ускоренном виде, как Гоша и Кузя на перегонки стараются подмазаться к Саше и чем-то его заинтересовать | Slightgagи в ускоренном темпе |
| 55 | 10.22 | 12.41 | 2.19 | Кухня, Гоша продолжает обрабатывать Сашу, Кузя сидит рядом. Заходит накрашенная и разодетая Алла, Гоша шутит над ней и Алла пытается соблазнить Сашу, идёт готовить, наклоняется, заходит папа Саши, «зависает», глядя на  Аллу, Саша уводит его в комнату поговорить. Должна прийти девушка, от которой скрывается Гоша, у него появляется идея, как сбежать | Slightgag с Аллой и потом с тем, как на неё таращится папа Саши,  Вербальные шутки |
| 56 | 12.41 | 13.30 | 0.49 | Комната девочек. Валя переживает по поводу расставания и хочет простить, Алла думает только о миллиардерах и нарядах | Проблемы героинь обостряются, усугубление дилеммы к концу первого акта |
| 57 | 13.30 | 14.49 | 1.19 | Комната мальчиков, там Саша и папа. Папа хочет, чтобы сын учился в Лондоне и продолжал его дело, но Саша самостоятельный и хочет всего добиться сам, причём в астрономии. Узнаём, что бизнес у папы опасный. Заходит Алла, спрашивает про картошку, при этом вся опять разодетая, выкручивается, «соблазняет» | Шутки вербальные и одна визуальная, как заходит Алла и кривляется |
| 58 | 14.49 | 15.54 | 1.05 | Кухня. Гоша обложился книжками Саши и изображает ботаника, чтобы отпугнуть девушку, которая за ним бегает | Визуальная сторона усиливает вербальную (внешний вид Гоши) |
| 59 | 15.54 | 16.53 | 0.59 | Саша с папой в комнате мальчиков. Папа рассказывает, как тяжело ему доставались деньги, Саша уходит | Шутки вербальные, воспоминания папы тоже только вербальны – без флешбека |
| 60 | 16.53 | 18.42 | 1.49 | Кухня, Гоша изображает очень ответственного человека «Поднимем Россию с колен…», говорит, что надо учиться. Лера уходит. Всё это слышит папа Саши и даёт Гоше карточку с деньгами, чтобы тот позаботился о Саше, думая, что Гоша – надёжный человек | Забавен контраст реального образа Гоши с напускным |
| 61 | 18.42 | 21.26 | 2.44 | Кухн, Гоша купил дорогих продуктов и выпивки и накрыл стол, все в сборе, заходит Саша и догадывается о том, что папа дал карточку Гоше, ломает её. Из-за Кузи обливает свою единственную футболку и Алла дарит ему ту, которую Валя готовила для молодого человека, пока они не расстались. Саша уходит переодеваться. | Визуальныее шутки поясняются вербальными (с футболкой, которую Алла подарила) |
| 62 | 21.26 | 22.58 | 1.32 | Заходит пьяный бывший парень Вали, над ним шутит Гоша. Тут выходит Саша в футболке с фото Вали, парень  думает, что они вместе, переворачивает стол и уходит к другой. | Slightgag, причём несколько – с самим пьяным парнем, футболкой и переворачиванием стола |
| 63 | 22.58 | 23.38 | 0.40 | Собирают остатки перевёрнутой еды с пола, шутят, в конце все смеются. | Финальная шутка от Гоши и spittake от Аллы, чтобы зритель наверняка засмеялся |
| 64 |  |  |  | Титры + показ моментов из сериала | Вообще по ходу съёмки камеры средних планов движутся за героями, не статичны |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | **Моя прекрасная Няня** |  |
| 65 | 00.00 | 1.42 | 1.42 | **Тизер**Магазин платьев (3 сек снаружи, затем внутри). Два продавца мужчина и женщина, заходит героиня, шутит, болтает со второй сотрудницей (с сильным акцентом) о том, что 3 года ждёт предложения от мужчины (он занят с покупательницей), но он с ней расстаётся и увольняет. Вика со скандалом уходит [10 шуток за период] | Речь, внешность, действия, опять понятный сразу образ героини. Шутки как вербальные, так и визуальные |
| 66 | 1.42 | 2.30 | 0.48 | Заставка мультипликационная. Показывают всех героев |  |
| 67 | 2.30 | 2.32 | 0.02 | Дом снаружи |  |
| 68 | 2.32 | 3.05 | 0.33 | Парадная. Вика готовиться позвонить в дверь и продавать косметику. Репетирует, но слова путаются. Открывают: «заходите, мы вас ждём (неожиданная реакция), вы ведь пришли наниматься к нам няней.», Она: «А шо, няней», заходит в дверь | Вербальные шутки |
| 69 | 3.05 | 4.13 | 1.08 | Заходит в шикарный дом, садится на диван, выясняется, что открыл дворецкий, резюме у Вики нет, но она просит позвать Шаталина: «А что ему показать, я сама найду.»Дворецкий: «Шоу начинается» | Забавно за счёт несоответствия поведения героини и обстановки. Она – дурачок в этом ситкоме |
| 70 | 4.13 | 4.59 | 0.46 | Константин заходит в кабинет Шаталина, там он и его юрист – она разминает ему плечи и явно кокетничает, приэтом выясняется, что детей она не любит и хочет, чтобы завтра они не мешали на встрече. Дети проблемные – няни не выдерживают. |  |
| 71 | 4.59 | 9.37 | 4.38 | Гостинная, к Вике подбегает ребёнок, изображает смерть, она реагирует спокойно, заходит Шаталин (очень спокойный), Вика узнаёт его по журналам, старается произвести впечатление (выглядит это смешно): «Гляньте, какие цацки гламурные», он: «Да. Это Роден, известный своими цацками». Мальчик старается её напугать, но Вике всё равно, ребёнок злится и говорит, что она не подходит. Заходят две дочки, нарочито умные, игнорируют Вику. Шаталин не хочет её нанимать, но героиня не уходит и когда вдруг звонят из агентства и говорят, что раньше понедельника не сможет никто квалифицированный приехать, Шаталину приходится нанять Вику | Шаталин – её резонёр. Полагаю, что при этом дворецкий – резонёр Жанны  Вербальные и физические шутки  Контраст между героями – совершенно разные дети,  + Вика продолжает не вписываться в обстановку |
| 72 | 9.37 | 12.10 | 2.33 | Утро завтрак, за столом Шаталин, дети, Константин накладывает еду. Все в костюмах, заходит Вика в халате, ведёт сея вызывающе, не вписывается в обстановку, садится есть со всеми. Узнаём, что в этот день вечером вечеринка и дети не должны мешать. Ребята явно не любят Жанну – второе лицо в фирме Шаталина. Шаталин идёт в кабинет, Вика собирается не только пойти на вечеринку и привести туда детей, но и разодеть их. «Папе это не понравится» - дочь. Младшая дочь взрослая не по годам, Вика соквем как из деревни. Жанна обрабатывает Шаталина,не замечает этого только он | Опять контраст Вики с обстанвкой и всеми героями, в остальном шутки вербальные |
| 73 | 12.10 | 14.13 | 2.03 | Бутик, Вика выбирает детям одежду, мальчик дурачится, Вика хвастается новым местом работы перед  Подругой, даже показывает фотографии | Юмор на контрастах – умная не по годам девочка, глупая взрослая женщина и т.п. |
| 74 | 14.13 | 18.13 | 4.00 | Гостинная. Вечеринка, все одеты строго, Жанна разодета, Шаталин делает ей неумелый комплимент, узнаём, что Жанну интересуют только деньги. Появляется Вика и дети, все ярко одеты, выделяются из гостей. Вика приковывает к себе внимание. Шаталин и Жанна не довольны |  |
| 75 | 18.13 | 18.35 | 0.22 | Шаталин заходит в кабинет и видит на балконе дочь целующуюся с официантом. Злится, парень убегает, за ним дочь, за ней сам Шаталин | Дочь впервые почувствовала себя красивой, её восприятие мира меняется |
| 76 | 18.35 | 20.13 | 1.38 | Жанна сидит на диване, ей плохо. Пробегает официант, дочь и Шаталин ругаются и она убегает в комнату в слезах. Вика на стороне дочери, ведёт себя вызывающе, её увольняют. Чем хуже Вике, тем лучше Жанне | Все герои открыто проявляют свои эмоции – они на поверхности, мы смотрим на их реакции |
| 77 | 20.13 | 21.27 | 1.14 | Кабинет. Шаталин задумчивый после произошедшего, Константин говорит, что Вика – то, что ему нужно | Лирическая вставка про потерянную жену |
| 78 | 21.27 | 26.10 | 4.43 | Дома у мамы Вики. Героиня вся в маму – та тоже шумная, суетная, говорит с сильным акцентом. Приходит  Шаталин, чувствует себя неловко, предлагает Вике вернуться. Она соглашается. | Финальная шутка: «Мама пакуйте ж мои бигуди!» она усиливается визуальной – мама прибегает с фотоаппаратом при этом callback – над фотоаппаратом уже смеялись |
| 79 |  |  |  | Титры на фоне мультипликационной картинки |  |

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ХРОНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

Табл. 2



Продолжение Табл. 2



ПРИЛОЖЕНИЕ 3 АНАЛИЗ КОНТЕНТА

Табл. 3 Содержательные характеристики

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Главные герои | | | | | | | Кол-во сюж лин | Тип сюж (к.прот,ц-эксц, волш, не.в.т., групп,звезд) | Юмор | | Главн место действ (д,р,о) |
| Кол-во (шт) | пол | Возраст (рд, пд, вд, по, ю, з1,з2,пв,св,д) | Проф. (Ч,П,Т,Х,З,У | СемПол (х,ж,в,р,о) | Эк пол (бед, ср,бог) | Тип (ум, мн,н,т,ст,б,м, ном) | Верб или виз | Тематика (чел, раб, быт, стр, культ, отн, наук) |
| Универ | 6 | м,ж | юююз1,з1 з2 | - Ч | х | Бед, бог | Т,б,м,ном | 2 | К.прот, групп | верб | Чел, стр,отн,наук,быт | д |
| Интерны | 5 | м,ж | з1,з1, з1,з1,з2 | Ч | х, ж, о | ср | ум,т,ном,м | 4 | Групп, звезд | физ | Чел,раб,отн | р |
| Моя пр няня | 1 | ж | з1 | Ч | х | бед | ном | 1 | К.прот, не.в.т. | верб | Чел, отн, быт, раб | д |
| Физрук | 1 | м | З2 | Ч | х | бог | Ном, т | 2 | Не.в.т. | = | Чел,отн,раб,наук | р |
| Люди ХЭ | 1 | м | З1 | Ч | х | ср | ном | 1 | Ц-эксц | физ | Чел,раб,быт,стр | р |
| Папины дочки | 6 | м,ж | Пд,вд,по,ю,з2 | Ч,У | р | ср | Ум,мн | 2 | Ц-эксц, групп | верб | Чел,отн,раб,быт,наук | д |
| 33м2 | 4 | м,ж | ю,з2,пв | Ч | ж,х | ср | Мн, м, ном | 1 | групп | = | Чел,быт,раб,стр | д |
| Светофор | 3 | м | з1 | Ч | х ж о | ср | мн | 2 | групп | = | Чел, отн,раб | Д,о |
| Реальные пацаны | 1 | м | з1 | Ч | о | бед | т | 2 | Ц-эксц | = | Чел,отн,раб, быт | ? |
| 2 отца и 2 сына | 3 | м | з2 | Ч | х | ср | Ум,мн,б | 2 | Не в т | = | Чел,отн,раб,быт | д |
| Зайцев +1 | 1 | м | з1 | УЧ | х | бед | мн | 2 | К.прот | физ | Отн,чел,быт | р |
| Осторожно Задов | 1 | м | з2 | Ч | р | бед | т | 2 | Не.в.т. | верб | Отн,стр,быт,чел | д |
| Однажды в милиции | 6 | м,ж | з1 з2 | Ч | х | ср | Ум, мн, т | 2 | Ц-эксц | = | Отн,чел,раб, | р |
| Дружба народов | 2 | м,ж | з2 | Ч | ж | ср | М, мн | 2 | К прот | = | Отн,чел,раб,культ | д |
| Воронины | 5 | м,ж | з1,з2,пв | Ч | ж | ср | Мн, ст, | 2 | К прот, невт | верб | Отн,чел,раб,быт | ж |
| Дружная семейка | 4 | М,ж | Ю,з2 | Ч | Ж,х | ср | мн | 2 | Групп, | = | Чел, отн, раб, быт | д |
| Медики | 1 | м | з1 | Ч | х | бед | мн | 3 | невт | верб | Раб,чел,отн | р |
| Деффчонки | 4 | ж | ю,з1 | Ч | Х,о | бед, ср,бог | Ум, т,мн | 4 | групп | верб | Раб,чел,отн,быт,культ | д |
| Кто в доме хозяин | 2 | м,ж | з1 | Ч | х | Бед,бог | мн | 2 | кпрот | верб | Раб,чел,отн | д |
| Трое сверху | 3 | м,ж | з | Ч, | х | Бед/ср | мн | 2 | групп | физ | Чел,раб,отн,быт | д |
| Восьмидесятые | 1 | м | З1 | У | х | бед | мн | 2 | Ц-эксц | = | Чел, отн, раб, | д |
| Счастливы вместе | 4 | м,ж | По,ю,з1,з2 | Ч | ж | бед | Т,б,мн | 2 | Ц-эксц | верб | Чел отн раб, | д |
| Агентство | 6 | м,ж | з1,з2 | Ч | Х,ж | ср | Мн,ном | 1 | групп | верб | Чел,раб,отн,стр | р |
| Как я встретил вашу маму | 1 | м, | З1 | Ч | Х,о | ср | Мн,б | 2 | Ц-эксц | физ | Чел,отн,наук,раб | Д,о |
| Последний из Магикян | 2 | м | З1,з2 | Т,Ч | Ж,о | ср | М, мн | 3 | К прот, | = | Чел отн раб быт,культ | д |
| Папа на все руки | 1 | м | З2 | Ч | ж | ср | мн | 2 | К прот | = | Чел,раб,отн | д |
| Кухня | 1 | м | З1 | Ч | х | ср | мн | 2 | Ц-эксц, не в т | верб | Чел раб отн культ | р |

Табл. 4 Формальные характеристики

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Продолжительность серии (мин) | Кол-во локаций в серии (шт) | Закадровый смех  (1 или 0) | Съёмки на натуре  (1 или 0) | Скорость монтажа  (б,ср,м) |
| Универ | 24 | 5 | 1 | 0 | ср |
| Интерны | 25 | 10 | 0 | 0 | ср |
| Моя прекрасн няня | 26 | 6 | 1 | 0 | м |
| Физрук | 25 | 10 | 0 | 1 | б |
| Люди ХЭ | 24 | 7 | 0 | 1 | м/ср |
| Папины дочки | 22 | 6 | 1 | 0 | ср/б |
| 33м2 | 22 | 5 | 1 | 0 | ср |
| Светофор | 24 | 12 | 0 | 1 | м/ср |
| Реальные пацаны | 23 | 11 | 0 | 1 | м |
| 2 отца и 2 сына | 25 | 9 | 0 | 1 | ср |
| Зайцев +1 | 24 | 15 | 0 | 1 | Ср/м |
| Осторожно, Задов | 54 | 10 | 0 | 1 | м |
| Однажды в милиции | 24 | 7 | 0 | 0 | б/ср |
| Дружба народов | 22 | 10 | 0 | 1 | ср |
| Воронины | 24 | 4 | 1 | 0 | б/ср |
| Дружная семейка | 43 | 4 | 1 | 0 | м |
| Медики | 39 | 14 | 0 | 1 | ср |
| Деффчонки | 24 | 12 | 0 | 1 | ср |
| Кто в доме хозяин | 22 | 5 | 1 | 0 | м/ср |
| Трое сверху | 22 | 4 | 1 | 0 | ср |
| восьмидесятые | 25 | 13 | 0 | 1 | ср/б |
| Счастливы вместе | 22 | 4 | 1 | 0 | м |
| Агентство | 26 | 5 | 1 | 0 | м |
| Как я встретил вашу маму | 23 | 7 | 1 | 0 | ср |
| Последний из Магикян | 24 | 7 | 0 | 1 | ср/б |
| Папа на все руки | 22 | 4 | 1 | 0 | м |
| Кухня | 25 | 9 | 0 | 1 | ср |

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Табл. 5 Локации



Табл. 6 Съёмки на натуре



Табл. 7 Закадровый смех



Табл. 8 Скорость монтажа



Табл. 9 Количество главных героев



Табл. 10 Пол главных героев



Табл. 11 Возраст главных героев



Табл. 12 Семейное положение



Табл. 13 Экономическое положение



Табл. 14 Количество сюжетных линий



Табл. 15 Тип комедийного сюжета



Табл. 16 Вербальные и визуальные шутки



Табл. 17 Главное место действия



1. Акопов А.З. Все надежды на развитие кино как искусства и как бизнеса связаны с телевидением // Cinemotion Lab. 2014. №48. С.2. [↑](#footnote-ref-2)
2. Москаленко Л. Рейтинги вместо смысла // Эксперт. 2012. №38 режим доступа http://expert.ru/expert/2012/38/rejtingi-vmesto-smyisla/ 24.12.13. [↑](#footnote-ref-3)
3. Наумочкин К. У нас нет устойчивого отношения к ситкому // Cinemotion – 2012. режим доступа http://www.cinemotionlab.com/inspire/46 12.03.14. [↑](#footnote-ref-4)
4. Годовой отчёт ТНТ по итогам 2012 года с.6 [↑](#footnote-ref-5)
5. Годовой отчёт ТНТ по итогам 2012 года с. 10-11 [↑](#footnote-ref-6)
6. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. C. 42-51. [↑](#footnote-ref-7)
7. Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 65-70. [↑](#footnote-ref-8)
8. Cury, Ivan Directing and Producing for Television: A Format Approach. Focal Press: 2006. [↑](#footnote-ref-9)
9. Тарасенко А.С. Эволюция развлекательных телеформатов в 2000 гг. // Меди@льманах. 2010. № 5 [↑](#footnote-ref-10)
10. Цвик Л.В. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 52-55. [↑](#footnote-ref-11)
11. Беньямин В. Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Культурный центр имени Гете, 1996. [↑](#footnote-ref-12)
12. Давыдов М.Л. Типология телевизионных многосерийных художественных фильмов // Вестник электронных и печатных СМИ №7 режим доступа ttp://www.ipk.ru/index.php?id=1583 8.11.13. [↑](#footnote-ref-13)
13. Зверева В. Телевизионные сериалы: MadeinRussia // Критическая масса. 2003. №3 режим доступа http://culturca.narod.ru/stserial.htm 12.03.14. [↑](#footnote-ref-14)
14. Муратов С.А. Парадоксы многосерийности // Вестник Московского университета. Серия 10. 2009. №4. С. 26-35. [↑](#footnote-ref-15)
15. Семенова С. Прибыль от сериалов – самые серьезные деньги на ТВ // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2005. №7 режим доступа http://broadcasting.ru/articles2/econandmen/income\_ser 2.10.13. [↑](#footnote-ref-16)
16. Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп. 2008. №2. режим доступа www.mediascope.ru/node/230 13.03.14. [↑](#footnote-ref-17)
17. Дондурей Д. Развлекательное ТВ: шутки в сторону // Искусство кино. 2006. №4. С. 3. [↑](#footnote-ref-18)
18. Наумочкин К. У нас нет устойчивого отношения к ситкому // Cinemotion – 2012. режим доступа http://www.cinemotionlab.com/inspire/46 12.03.14. [↑](#footnote-ref-19)
19. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алатейя, 2008. [↑](#footnote-ref-20)
20. Удовиченко Р.В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» // «Научная мысль Кавказа» 2011. № 2. C.148-153 [↑](#footnote-ref-21)
21. Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития, отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, М.: ФАПМК, 2010. режим доступа http://www.fapmc.ru/activities/reports/ 7.11.13. С.59 [↑](#footnote-ref-22)
22. Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения; Автореф. дис. Жанровая структура российского развлекательного телевидения канд. Филол. Наук: 10.01.10 Ин-т пов. квал. работников телев. и радиов. М., 2008.; Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп. 2008. №2. режим доступа [www.mediascope.ru/node/230 13.03.14](http://www.mediascope.ru/node/230%2013.03.14).; Акинфиев С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2008. №6. С. 110 - 124. [↑](#footnote-ref-23)
23. Веселова О.В, Новые жанры российского телевидения – ситкомы: адаптированные и оригинальные / под ред. Е.Г. Ясина XIV апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества В четырёх книгах. М.: Издательский дом Высшей Школы Экономики,– 2014. К. 4 с. 505 - 5011. [↑](#footnote-ref-24)
24. Качкаева А.Г., Кирия И.А. Российское телевидение: между спросом и предложением. М: Элиткомстар, ГУ-ВШЭ, 2007. T.1 С. 265 [↑](#footnote-ref-25)
25. Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп. 2008. №2. режим доступа www.mediascope.ru/node/230 13.03.14. [↑](#footnote-ref-26)
26. Слепаков С. Мы хотим придумать самый лучший в мире сериал // Cinemotion – 2012. режим доступа http://www.cinemotionlab.com/inspire/32 12.03.14. [↑](#footnote-ref-27)
27. Mary Lou Belli, Phil Ramino The sitcom career book. New York: Back stage books – Mary Lou Belli, Phil Romano The sitcom career book. New York: Back stage books. 2004. С. 97 [↑](#footnote-ref-28)
28. Розенгурт Р. 10 заповедей ситкома // Блог И.Н. Кемарской режим доступа http://dramafond.ru/pishem-telescenarijj-10-zapovedejj-sitkoma/ 23.01.14. [↑](#footnote-ref-29)
29. Аверинцев С.С. Бахтин, смех, христианская культура // М.М. Бахтин как философ. М.: Наука, 1992. С. 11 [↑](#footnote-ref-30)
30. Аверинцев С.С. Указ. соч. С. 8 [↑](#footnote-ref-31)
31. Mary Lou Belli, Phil Romano The sitcom career book. New York: Back stage books. 2004. С. 95 [↑](#footnote-ref-32)
32. Медицинский справочник Режим доступа http://med-tutorial.ru/med-books/book/59/page/1-tema-1-zakonomernosti-rosta-i-razvitiya-detskogo-organizma/8-1-2-vozrastnaya-periodizatsiya 23.01.14. [↑](#footnote-ref-33)
33. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. М.: Академия, 2010. [↑](#footnote-ref-34)
34. Розенгурт Р. 10 заповедей ситкома // Блог И.Н. Кемарской режим доступа http://dramafond.ru/pishem-telescenarijj-10-zapovedejj-sitkoma/ 23.01.14. [↑](#footnote-ref-35)
35. Воркхаус Д. Типы комедийного сюжета // Материалы тренинга для сценаристов. М. 2013. [↑](#footnote-ref-36)