

Научная статья
УДК 070:791.43-8
DOI: 10.20323/2499-9679-2026-2-45-50
EDN: VPKCMK

Место и роль музыкального контента на современном телевидении

Ксения Александровна Онуприенко

Кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения, Ульяновский государственный университет, факультет культуры и искусства. 432048, г. Ульяновск, ул. 12 Сентября, д. 5А
simbushka94@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6535-035X>

Аннотация. Статья посвящена анализу проблемы организации музыкального телевидения в условиях цифровизации, конвергенции, мультиплатформенности современных СМИ и распространения новых медиаформатов (к примеру, подкасты, клипы, стримы, сториз и другие способы представления контента). В теоретической части исследуется взаимосвязь музыки и телевидения в историческом контексте и в современных условиях, их роль и влияние на массовую культуру, а также проблемы и вызовы, с которыми сталкивается музыкальное телевидение на настоящем этапе. В практической части статьи рассматриваются средства и творческие методы создания и распространения музыкального контента, определяется его место на телевизионном экране, проводится аналитический обзор отечественных музыкальных телеканалов и жанрово-форматных особенностей цифрового музыкального контента. Отдельное внимание уделяется передачам и проектам, интегрирующим широкий спектр информационных, аналитических и художественно-публицистических подходов. Наиболее подробно в данном контексте рассматриваются практики функционирования шоу «Голос» на «Первом канале». Методы исследования включают контент-анализ, сравнительный анализ, а также обзор специализированной научной литературы по теме исследования с целью получения комплексного представления об особенностях музыкального контента на телевидении и его значении в жизни современного общества. Цель данного исследования – анализ музыкальных каналов, передач и шоу на телевидении, их роли и места в медийном пространстве, а также выявление тенденций и особенностей их развития в условиях глобализации и цифровизации. Объектом исследования является телевизионный музыкальный контент, предметом – формы его представления, а также влияние на аудиторию, музыкальную и медийную индустрии.

Ключевые слова: телевидение; цифровизация; конвергентная журналистика; музыка; аудиальный контент; музыкальное телевидение; музыкальные каналы; музыкальные передачи

Для цитирования: Онуприенко К. А. Место и роль музыкального контента на современном телевидении // Верхневолжский филологический вестник. 2026. № 2 (45). С. 50–57. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2026-2-45-50>. <https://elibrary.ru/VPKCMK>

Original article

The place and role of musical content in contemporary television

Ksenia A. Onuprienko

Candidate of philological sciences, associate professor, department of journalism, philology, document management, and library science, Ulyanovsk state university, faculty of culture and arts. 432048, Ulyanovsk, 12 Sentyabrya str., 5A
simbushka94@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6535-035X>

Abstract. This article examines the challenges of organizing music broadcasting in the context of digitalization, convergence, multiple platforms in modern media, and the spread of new media formats (such as podcasts, video clips, streams, stories, and other ways of presenting content). The theoretical part examines the relationship between music and television, both historically and in the contemporary context, their role and influence on mass culture, as well as the issues and challenges music television faces today. The practical part of the article examines the means and innovative methods used to create and promote musical content, defines its role on television, and provides an analytical overview of Russian music channels and the genre-format characteristics of digital music content. Special attention is paid to programs and projects that integrate a wide range of informational, analytical, artistic and journalistic approaches. The ex-

perience of the show The Voice on Channel One is examined in most detail within this context. The research methods involved are content analysis and comparative analysis, as well as a review of specialist scientific literature on the topic in order to obtain a comprehensive understanding of the features of music content on television and its significance in the life of modern society. The aim of this research is to analyze music channels, programs, and shows on television, their role and place in the media space, as well as to identify new trends and features of their development in the context of globalization and digitalization. The object of this study is television music content; its subject is the forms of its presentation, as well as its impact on the audience and on the music and media industries.

Key words: television; digitalization; convergent journalism; music; audio content; music television; music channels; music programs

For citation: Onuprienko K. A. The place and role of musical content in contemporary television. *Verhnevolzhski philological bulletin*. 2026;(2):50–57. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2026-2-45-50>. <https://elibrary.ru/VPKCMK>

Введение

Важной составляющей современного телеэфира являются музыкальные передачи, которые играют важную роль в формировании музыкальной культуры, популяризации исполнителей, распространении музыкальных стилей и эстетическом воспитании.

Актуальность исследования обусловлена постоянным ростом интереса к музыкальному контенту и изменениями в медиаландшафте, вызванными развитием интернета и цифровых технологий.

Теоретической основой послужили работы, рассматривающие функциональные особенности музыкальной журналистики в контексте культурного производства и потребления [Шерстобоева, 2009; Катаев, 2018; Гуцериева, 2023; Рябцева, 2024; Юань, 2024; Мясникова, 2017; Никишина, Газизов, 2023; Рязанова, 2014; Ушанов, 2022], а также историю и теорию массмедиа в целом [Тертычный, 2017; Лазутина, 2010; Вартанова, 2020; Ильченко, 2025; Муратов, 2025; Корконосенко, 2025; Прохоров, 2011; Вакурова, 2022].

Анализ источников показал, что тема музыки на телевидении является недостаточно разработанной. Несмотря на ее повсеместное присутствие на экране, мы находим лишь единичные труды, обобщающие теоретические и практические подходы к созданию и дистрибуции музыкального контента. Более того, в условиях цифровизации они претерпевают значительные изменения, что также представляет научный интерес.

Методы исследования

Для анализа взаимосвязи музыки и телевидения, их роли и влияния на культуру, стоящих перед ними проблем и вызов, а также специфики создания и жанрово-форматных особенностей музыкального телевизионного контента в условиях цифровизации применялись литературный обзор, сравнительный и контент-анализ.

Результаты исследования

В сравнении с музыкой, история которой насчитывает почти 2,8 млн. лет, телевидение появилось недавно: в 1920-х годах. Но именно оно открыло перед этим древним искусством новые горизонты и позволило завоевать массовую аудиторию. Только в России телевизионный концерт могут смотреть одновременно более 100 млн. человек [Музыка на телевидении, 2015].

В черно-белую эпоху музыка служила фоном, подчеркивала эмоциональную составляющую программ. Телевидение осваивало музыкальные жанры того времени: «выступление, концерт, музыкальный спектакль» [Музыкальное телевидение в современной России ... , 2014]. Оркестры, играющие классику или популярные мелодии, были обычным явлением в эфире. Песни, исполняемые в студиях, часто страдали от технических ограничений, но это не умаляло их художественной ценности.

С развитием технологий (цветное изображение, качественный звук, масштабные декорации) стали создаваться сложные сценические постановки. В 1990-х годах появились специализированные каналы: МУЗ-ТВ и MTV Россия. В этот период произошло сращивание «российского музыкального телевидения с шоу-бизнесом, что значительно повлияло на качество контента музыкальных каналов» [Рязанова, 2014, с. 1].

Музыкальные передачи приобрели различные формы: от фильмов-концертов, трансляций и записей выступлений до телеуроков, клипов, песенных конкурсов и шоу талантов. Музыка стала доступнее, чем когда-либо прежде, но коммерциализация индустрии и ориентация на массового потребителя привели к унификации и снижению качества контента. В то же время благодаря телевидению жители отдаленных уголков страны смогли приобщиться к образцам мирового искусства, международным музыкальным конкурсам и фестивалям, народной музыке и песням разных

стран, познакомиться с исполнителями, дирижерами и композиторами.

Телеэкран внес новые краски в восприятие музыки: «О многих великих музыкантах и певцах писали, что их надо не только слышать, но и видеть. Экран передает магию искусства С. Т. Рихтера, Е. А. Мравинского, Э. Г. Гилельса, Е. В. Образцовой, И. К. Архиповой» [Черногрицкая, 2020].

Телевидение влияет на музыкальную индустрию в различных аспектах:

1. *Продвижение артистов и музыки.* Телеэкран сделал музыку «продаваемой» [Ушанов, 2022, с. 144], породив клипы и музыкальные шоу («Голос», «Маска», «Аватар», «Фантастика», «Ты супер», «Ярче звезд», «Суперстар»). Музыка распространяется через тематические фильмы («Руки вверх!», «Тур с Иванушками») и сериалы («Музыка времени», «За полчаса до весны», «Король и Шут»).

2. *Формирование трендов.* Поп, рок, альтернативный рок, хип-хоп, R&B и электронная музыка получили распространение именно через музыкальные программы и шоу. Телевидение стало платформой для взаимодействия исполнителей из разных стран, смешения различных жанров и создания новых интерпретаций известных песен.

3. *Формирование музыкальной культуры.* Артисты становятся кумирами для молодежи, а их образ на телеэкране влияет на моду, поведение и социальные нормы. Современную музыку называют даже «средством манипуляции сознанием» [Мясникова, 2017, с. 62]. Положительное воздействие оказывает канал «Культура», контент которого – познавательные и развлекательные программы о музыке, саундтреки, музыкальные конкурсы (в том числе ежегодный международный телевизионный конкурс среди молодых музыкантов «Щелкунчик», проводимый каналом с 2000-го года). К сожалению, молодежь практически не смотрит данный телеканал, «действительно, слабо на нее ориентированный» [Мясникова, 2017, с. 31].

4. *Появление новых способов монетизации.* Телевидение открыло новые возможности для получения прибыли: организацию продюсерских центров, мерчандайзинг, выпуск альбомов и другие [Шерстобоева, 2009]. Артисты начали зарабатывать на участии в съемках, стриминге, продаже лицензий на использование песен в фильмах, рекламных роликах и шоу.

5. *Изменение медиapoвeдeния аудитории.* Телевидение сделало музыку «видимой», но «музыкальная телеиндустрия в настоящее время определяется понятием фонового восприятия, в рамках которого сознание зрителя в момент просмотра

программы активизируется лишь частично, так как он одновременно занят другими делами» [Никишина, Газизов, 2017, с. 42]. В любом случае аудитория больше не привязана к единому источнику и расписанию.

Благодаря доступности и визуальному представлению музыки телевидение способствовало формированию новых стандартов, которые продолжают влиять на индустрию и сегодня. Размытие границ между ТВ и интернетом, выражающееся в онлайн-стриминге, освоении социальных медиа, внедрении интерактивных игровых форматов, адаптации к мобильным устройствам, использовании AR и VR, персонализации контента и кросс-платформенных проектах, открывает перед музыкальным телевидением еще больше возможностей.

Цифровые технологии трансформировали весь процесс создания музыкального контента – от написания и записи до распространения и потребления музыки [Катаев, 2018]. Они предоставили доступ к огромному количеству виртуальных инструментов, плагинов, библиотек музыки и звуковых эффектов. Программы, такие как Ableton Live, Logic Pro, FL Studio и другие, сделали процесс записи и редактирования музыки доступным для широкого круга людей и позволили создавать профессиональный звук на домашнем оборудовании. С появлением мобильных приложений (например, GarageBand) стало возможным «создавать музыку где угодно» [GarageBand, 2025]. Благодаря социальным сетям и стриминговым сервисам (Яндекс Музыка, Apple Music, VK Музыка) доступность музыки достигла рекордного уровня.

Обратная сторона этих преимуществ – снижение популярности традиционного ТВ, утрата монополии на показ музыкальных клипов и живых выступлений. Тем не менее «современные телеканалы, специализирующиеся на музыкальных клипах, остаются интересными для большого количества зрителей за счет доступности, качественного контента и продуманной программной политики» [Клиповое мышление, 2018].

В 2022 году российское музыкальное телевидение столкнулось с новыми трудностями: уходом с рынка иностранных брендов и связанным с этим снижением рекламных доходов, изъятием правообладателями зарубежной музыки из отечественных стриминговых сервисов и сериалов. Однако, как отметил генеральный директор МУЗ-ТВ Захар Бабин, кризис дал «возможности в плане новых форм получения монетизации, контента и продвижения: коллаборации, продажи лицензий, программ, создание новых спонсорских проектов,

ТВ- и спецпроектов» [Музыкальное телевидение: итоги ... , 2023].

Трендом последних лет стало развитие стриминговых музыкальных платформ, видеосервисов и пабликов, в том числе за счет музыкальных клипов и mood-видео, концертов и других видео с музыкантами. Место ушедших иностранных брендов заняли российские, увеличились масштабы взаимодействия телеканалов с онлайн-кинотеатрами и видеоплатформами. Так, МУЗ-ТВ и «Яндекс Музыка» запустили совместный проект «Моя волна», в котором музыкальным эфиром управляет система рекомендаций.

На отечественном телевизионном рынке существует множество музыкальных каналов, которые можно смотреть по телевизору или через интернет, бесплатно или по подписке:

МУЗ-ТВ. Единственный российский музыкальный канал, вошедший в пакет цифрового телевидения. Он доступен для более чем 85 млн. человек в большинстве крупных городов [О телеканале, 2025]. В эфире – клипы популярных исполнителей, живые концерты, развлекательные программы, чарты и новости шоу-бизнеса. Объем вещания – 75 % русских и 25 % зарубежных видеоклипов [МУЗ-ТВ, 2025]. В 2018 году канал был занесен в Книгу рекордов России как реализовавший самое продолжительное музыкально-развлекательное телешоу в прямом эфире – 22 часа.

RU.TV. Канал акцентирует внимание на отечественной поп-музыке и современных трендах, транслируя клипы, интервью и концерты. Позиционирует себя как главный русскоязычный музыкальный телеканал страны. В эфире – более 20 часов видеоклипов ежедневно, репортажи с мероприятий, секреты знаменитостей из первых уст, советы от известных инструкторов, тренеров, блогеров и стилистов. Ежемесячно эфир RU.TV смотрят почти 15 млн. зрителей [О канале, 2025].

THT Music. Музыкально-развлекательный телеканал с качественной и востребованной музыкой, эксклюзивными развлекательными программами и телешоу, интервью, репортажами, прямыми трансляциями с фестивалей, спецпроектами.

Шансон ТВ. В фокусе канала – все традиционные песенные жанры и их исполнители: авторская песня, классический и современный городской романс, народная песня, русский джаз, лирические рок-баллады, песни из любимых фильмов и киномузыка, советская и российская эстрада, мировой шансон.

MusicBox Gold. Отличается широким спектром музыкальных жанров и исполнителей, высокой технологичностью изображения и звука. На кана-

ле представлены популярные клипы, концертные выступления, музыкальные новинки и ретро-хиты, разнообразные музыкальные программы, специальные эфиры о легендарных исполнителях и группах, репортажи с фестивалей и концертов.

Russian Music Box. После ребрендинга в 2019 году канал демонстрирует положительную динамику в телесмотрении. Основу его вещания составляют тематические музыкальные блоки и хит-парады, а также новостные и развлекательные программы о музыке и шоу-бизнесе. В эфире круглосуточно звучат как хиты 2000–2010 годов, так и последние новинки.

Europa Plus TV. Канал, представляющий собой телеадаптацию знаменитого радио. Предлагает широкий выбор популярной музыки (клипы на мировые хиты и видео российских исполнителей) и программы собственного производства.

ЖАРА TV. Позиционирует себя как развлекательный музыкальный телеканал нового поколения с аудиторией более 60 млн. человек [Жара TV ... , 2025]. В эфире – живые концерты и собственные программы, яркие шоу и выступления артистов, клипы популярных российских и зарубежных исполнителей, новости шоу-бизнеса и интервью с артистами.

1 HD Music Television. Первый российский музыкально-развлекательный телеканал, созданный и осуществляющий вещание в формате Full HD. Основу эфира составляют тематические блоки музыкального видео различных современных стилей и развлекательные программы. Блочная организация эфира позволяет зрителю выбирать музыку по вкусу.

AIVA TV. Российский музыкальный телеканал для ценителей культовой музыки. В эфире – самые популярные певцы и музыканты.

Ля-Минор (МУЗЫКА LIVE). Предлагает зрителям концерты топовых артистов, новости шоу-бизнеса, подкасты и интервью со звездами российской сцены.

BRIDGE TV. Крупнейший кабельный телеканал популярной зарубежной музыки. Эфир состоит из лучших клипов всех времен и музыкальных программ. В холдинг BRIDGE входит несколько тематических музыкальных телеканалов: BRIDGE CLASSIC (популярная зарубежная музыка второй половины XX века), BRIDGE ROCK (зарубежные и отечественные хиты рок-музыки), BRIDGE ФРЭШ (молодежная музыка на русском языке), BRIDGE РУССКИЙ ХИТ (отечественные клипы популярной музыки всех направлений, новости российского шоу-бизнеса, трансляции концертов и оригинальные музыкальные программы), BRIDGE ЭТНО (музыка народов мира), BRIDGE

ШЛЯГЕР (золотая коллекция советской и российской эстрады), BRIDGE DELUXE (разнообразие музыкальных жанров: от классики и джаза до фанка и современных музыкальных течений), BRIDGE HITS (главные хиты музыкальных чартов), BABY TIME (мультипликационные клипы для детей и родителей).

Жанрово-тематическое наполнение каждого из перечисленных телеканалов отличается разнообразием: выпуски новостей (Bridge News, PRO-Новости на МУЗ-ТВ, Big News на THT Music, RUновости на RU.TV), блоки клипов различных направлений («K-Pop Тайм» на THT Music, «Маленькие песни» на BABY TIME, «Музыкальный блок» на ЖАРА TV, «Латиномания» на AIVA, «Русские хиты» на 1HD Music Television), прямые эфиры, интервью и тематические передачи.

Стоит подчеркнуть, что музыкальные шоу и программы сегодня доступны не только на специализированных телеканалах, которые, за исключением МУЗ-ТВ, не входят в список каналов эфирного цифрового телевидения. Разнообразие платформ, таких как RUTUBE, VK Видео и Яндекс.Дзен, позволяет пользователям смотреть музыкальные шоу и клипы в любое удобное время, без привязки к программе передач. При этом одной из основных платформ для потребления музыкального контента продолжают оставаться телеканалы общей тематики.

В 2025 году, согласно данным сайта «Вокруг ТВ» [Авраменко, 2025], самыми популярными в России музыкальными проектами стали вокальные шоу «Голос» и «Три аккорда» на «Первом канале», «Один в один» и «Ну-ка, все вместе! Хором!» на телеканале «Россия», «Конфетка» и «Ярче звезд» на «ТНТ», «Маска» и «Ты супер!» на «НТВ» и «Царица» на телеканале «Пятница!». Все они представлены в социальных медиа, где большой популярностью пользуются вырезки из передач в вертикальном формате (клипы, Shorts, TikTok и Reels). Краткость, динамичность и визуальная привлекательность таких видеороликов идеально подходят для быстрого потребления контента в соцсетях. Это, в свою очередь, стимулирует рост интереса к оригинальным программам. Среди других форматов – подкасты, посты, сториз, стримы, кружки, инфографика, видео-анонсы, трейлеры, афиши, интерактивы со зрителями (например, розыгрыши призов среди подписчиков сообщества «Маска», игра для зрителей шоу «Голос», «Караокинг» на МУЗ-ТВ, программа по заявкам зрителей «Статус: в сети» на RU.TV).

В цифровой среде меняются не только формы представления музыкального телевизионного

контента, но и жанры – устойчивые формы журналистских произведений, разделенные А. А. Тертычным [Тертычный, 2017] на группы:

1. *Информационные жанры.* Новостные сюжеты освещают музыкальные события (например, результаты очередного этапа вокального шоу). Репортажи погружают зрителя в атмосферу съемок, концерта или пресс-конференции. Интервью с участниками, судьями и организаторами передают эмоции и позволяют получить представление об особенностях проекта. Данные жанры достаточно часто встречаются на телевидении, а на музыкальных каналах составляют основу эфира.

2. *Аналитические жанры* – комментарии экспертов, обзоры, где подводятся итоги музыкальных событий за определенный период, анализируются рейтинги, популярность и влияние на массовую культуру. Подобный контент не так распространен, как новостной, и чаще встречается на специализированных телеканалах. Так, на МУЗ-ТВ ежедневно выходят передачи-расследования («Потому что високосный. Итоги 2024 года», «Фрики. Спектакль окончен?», «Группы крови. История российского рока» и другие).

3. *Художественно-публицистические жанры.* Зарисовки и очерки, сатирические комментарии и портретные интервью фокусируются на конкретных историях, характерах и впечатлениях («Тема» на RU.TV, «Юмор FM Чарт» на МУЗ-ТВ). К данной группе жанров относят также сложную передачу с элементами импровизации и монтажную передачу на документальном материале с использованием произведений различных искусств (например, Star Time на BRIDGE ROCK – подборка клипов и интересных фактов из биографий известных музыкантов в день их рождения).

В реалии-шоу, ток-шоу, документальных фильмах, игровых, развлекательных и культурно-просветительских программах зачастую используется широкий спектр информационных, аналитических и художественно-публицистических подходов. Такие шоу, представляющие собой многоуровневые проекты с продуманной драматургией и личными историями участников, стали неотъемлемой частью современного медиаландшафта.

В качестве примера рассмотрим главный вокальный проект страны «Голос» (2012 год – настоящее время) – российскую версию международного шоу The Voice, которое имело колоссальный успех в более чем 50-ти странах мира [Гагарин, 2025]. Отличительная особенность этого шоу – приоритет вокальных данных над внешними (на слепых прослушиваниях наставники не видят конкурсантов). Участники демонстрируют

свои умения в самых разнообразных стилях – от классики и джаза до рока и народных песен на разных языках.

«Голос» относится к жанру музыкального реалити-шоу со всеми присущими ему характеристиками [Юань, 2024]:

1. *Элементы драматургии* (конфликты интересов между людьми, внутренние конфликты);

2. *Достоверность и объективность* (благодаря особенностям съемки и приемам монтажа зрители видят, что перед ними не спектакль, а реальность);

3. *Играбельность* (опции разворота кресел наставников и блокировки конкурентов);

4. *Интерактивность* (аудитория может взаимодействовать с контентом и голосовать за участников).

Здесь есть соревнование и соперничество (как между конкурсантами, так и среди наставников), обостряются отношения между участниками, используются эмоциональные приемы, причем главным средством воздействия является музыка (так, аудиофрагменты, звучащие при прохождении участников в следующий этап и при выбывании, различны и вызывают у зрителей соответствующие эмоции).

Шоу «Голос» можно смотреть на сайте «Первого канала» (1tv.ru/voice) и видеохостинге RUTUBE. На обеих платформах публикуются выпуски и выступления, на сайте доступны также лучшие моменты и видео «за кадром» длиной в несколько минут. У проекта есть паблик во ВКонтакте (vk.com/voiceltv) и канал в МАХ (max.ru/tv1golos). Публикации в мессенджере, в основном, представляют собой фотографии с кратким текстовым описанием и ссылкой на сайт «Первого канала», видео-анонсы выпусков и мини-интервью с участниками. В паблике можно найти все вышеперечисленные форматы, не считая выпусков программы, зато там активно публикуются клипы, которые набирают десятки тысяч просмотров.

Будучи передовым медиа, «Первый канал» создает контент, соответствующий всем современным требованиям, осваивает новые платформы и предлагает востребованные форматы. Аудитория проекта постоянно расширяется: в 2014 году выходит «Голос. Дети», в 2018 – «Голос. 60+», в 2023 – «Голос. Уже не дети», а 8 мая 2025 года – специальный выпуск «Голос Победы». Претерпевают изменения правила игры, формат определения победителей, шоу становится все более технологичным. Отдельного внимания в данном ключе заслуживает выпуск «Голос. Дети – это фантастика!», внедривший финалистов сезона в

формат другого популярного шоу «Первого канала», участники которого скрывались за уникальными 3D-аватарами. В режиме реального времени применялась технология дополненной реальности: артисты выступали в костюме Motion Capture, оснащенном датчиками, благодаря которым двигалась цифровая проекция.

Заключение

Современное музыкальное телевидение остается интересным для большого количества зрителей, поскольку в ответ на их запросы пересматривает свои медиастратегии. Клипы, тематические передачи, выпуски новостей, прямые эфиры, интервью и другой разнообразный контент о музыке и музыкантах сегодня доступны на онлайн-платформах (RUTUBE, VK Видео, Яндекс.Дзен), музыкальных каналах (МУЗ-ТВ, RU.TV, ТНТ Music, Шансон ТВ, ЖАРА TV, BRIDGE TV) и телеканалах общей тематики («Первый канал», «Россия», «ТНТ», «НТВ», «Пятница!», «Культура»).

В цифровой среде появляются новые форматы музыкального контента (клипы, подкасты, посты, сториз, стримы, кружки, инфографика, видео-анонсы, трейлеры, афиши, интерактивы), которые могут включать элементы информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров журналистики.

Особой популярностью у российского зрителя пользуются музыкальные реалити-шоу, такие как «Голос» («Первый канал») и «Маска» («НТВ»), которые постоянно развиваются, осваивая новые платформы и форматы, в том числе дополненную реальность. Способностью каналов адаптироваться к изменениям и использовать новые технологии для создания и продвижения высококачественного музыкального контента, на наш взгляд, и будет определяться будущее музыкального телевидения.

Библиографический список

1. Авраменко В. «Маска», «Голос», «Ну-ка, все вместе!»: 9 вокальных шоу, которые выходят в 2025 году // Вокруг ТВ, 2025. URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/17442802021/> (дата обращения: 15.07.2025)
2. Вакурова Н. В. Журналистика и культура. Москва : Институт современного искусства, 2022. 104 с.
3. Вартанова Е. Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Меди@льманах. 2020. № 5 (100). С. 12–24.
4. Гагарин И. Музыкальные шоу на телевидении: от классики до современности // TV Mag, 2025. URL: <https://tvmag.ru/article/canals/muzykalnye-shou-programmy-na-televidenii/> (дата обращения: 15.07.2025)

5. Гучериева Л. М. Музыкальная культура в отечественной системе СМИ // Меди@льманах. 2023. № 4 (117). С. 57–65.
6. Жара TV – развлекательный музыкальный телеканал нового поколения // Жара TV. URL: <https://zharamedia.ru/tv/> (дата обращения: 15.07.2025)
7. Ильченко С. Н. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для вузов. Москва : Юрайт, 2025. 355 с.
8. Катаев П. В. Музыкальные медиа в сетевом обществе: возможности и вызовы функционального многообразия // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10, Вып. 1. С. 104–116.
9. Клиповое мышление. Особенности создания музыкальных телеканалов // Телеспутник, 2018. URL: <https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/article/klipovoe-myshlenie-osobennosti-sozdaniya-muzykalnykh-telekanalov> (дата обращения: 15.07.2025)
10. Корконосенко С. Г. Социология журналистики. Москва : Юрайт, 2025. 381 с.
11. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. Москва : Аспект Пресс, 2010. 240 с.
12. МУЗ-TB // Телепедия. URL: <https://telepedia.fandom.com/ru/wiki/%D0%9C%D0%A3%D0%97-%D0%A2%D0%92> (дата обращения: 15.07.2025)
13. Музыка на телевидении // Юнциклопедия. URL: https://yunc.org/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0_%D0%BD%D0%B0_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 15.07.2025)
14. Музыкальное телевидение в современной России: жанровые аспекты // Библиофонд, 2014. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=812188> (дата обращения: 15.07.2025)
15. Музыкальное телевидение: итоги прошлого года и планы на будущее // Сигнал Медиа, 2023. URL: <https://signalmedia.ru/news/3449?ysclid=m91ew6mbao381261817> (дата обращения: 15.07.2025)
16. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. Москва : Юрайт, 2025. 188 с.
17. Мясникова М. А. Телевидение как феномен культуры. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. 140 с.
18. Никишина А. А., Газизов Р. Р. Композиционно-содержательные особенности музыкальных проектов на российском телевидении // Наука. Образование. Современность, 2023. № 2. С. 42–46.
19. О канале // RU.TV. URL: <https://ru.tv/aboutrutv/about> (дата обращения: 15.07.2025)
20. О телеканале // МУЗ-TB. URL: <https://muz-tv.ru/static/about/> (дата обращения: 15.07.2025)
21. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва : Аспект Пресс, 2011. 351 с.
22. Рябцева В. Д. Стриминговые платформы 2022–2023 года // Наука и мировоззрение, 2024. № 21. Т. 1. С. 118–119.
23. Рязанова К. В. Переход музыкального телевидения от государственного типа к коммерческому // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2014». Москва : МАКС Пресс, 2014.
24. Тertychnyy A. A. Жанры периодической печати. Москва : Аспект Пресс, 2017. 320 с.
25. Ушанов П. В. Музыкальный клип как продукт эволюции медийных технологий: к проблеме уточнения термина // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 4. С. 143–147.
26. Черногрицкая Е. Виртуальная выставка-обзор «Музыка и телевидение» – к Всемирному Дню телевидения, 21.11.2020. URL: https://mno.blogs.donlib.ru/2020/11/21/virtualnaya-vystavka-obzor-muzyka-i-televidenie-k-vsemirnomu-dnju-televidenija/?doing_wp_cron=1743080411.9619100093841552734375 (дата обращения: 15.07.2025)
27. Шерстобоева Е. А. Музыкальное телевидение: программные и структурно-функциональные особенности. Москва : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009. 136 с.
28. Юань Е. Форматные и содержательные особенности современных телевизионных музыкальных реалити-шоу в России и в Китае // Вопросы теории и практики журналистики. Иркутск : ИД БГУ, 2024. Т. 13. № 4. С. 789–804.
29. GarageBand // App Store. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/garageband/id408709785> (дата обращения: 15.07.2025)

Reference list

1. Avramenko V. «Maska», «Golos», «Nu-ka, vse vmeste!»: 9 vokal'nyh shou, kotorye vyhodjat v 2025 godu = Avramenko V. «The Mask», «The Voice», «Come on, all together!»: 9 vocal shows that will be released in 2025 // Vokrug TV, 2025. URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/17442802021/> (data obrashhenija: 15.07.2025)
2. Vakurova N. V. Zhurnalistika i kul'tura = Journalism and culture. Moskva : Institut sovremennogo iskusstva, 2022. 104 s.
3. Vartanova E. L. Razvivaja ponimanie media: ot tehnologij k social'nomu prostranstvu = Developing media awareness: from technologies to the social space // Medi@l'manah. 2020. № 5 (100). S. 12–24.
4. Gagarin I. Muzykal'nye shou na televidenii: ot klassiki do sovremennosti = Music shows on television: from classical to modern // TV Mag, 2025. URL: <https://tvmag.ru/article/canals/muzykalnye-shou-programmy-na-televidenii/> (data obrashhenija: 15.07.2025)
5. Gucherieva L. M. Muzykal'naja kul'tura v otechestvennoj sisteme SMI = Musical culture in the Russian media system // Medi@l'manah. 2023. № 4 (117). S. 57–65.
6. Zhara TV – razvlekatel'nyj muzykal'nyj telekanal novogo pokolenija = Heat TV – a new generation enter-

tainment music TV channel // Zhara TV. URL: <https://zharamedia.ru/tv/> (data obrashheniya: 15.07.2025)

7. Il'chenko S. N. Osnovy zhurnalistskoj dejatel'nosti = Fundamentals of journalistic work : uchebnik i praktikum dlja vuzov. Moskva : Jurajt, 2025. 355 s.

8. Kataev P. V. Muzykal'nye media v setevom obshchestve: vozmozhnosti i vyzovy funktsional'nogo mnogoobrazija = Music media in the Network society: opportunities and challenges of functional diversity // Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija. 2018. T. 10, Vyp. 1. S. 104–116.

9. Klipovoe myshlenie. Osobennosti sozdaniya muzykal'nyh telekanalov = Clip thinking. Specifics of creating a music TV channel // Telesputnik, 2018. URL: <https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/article/klipovoe-myshlenie-osobennosti-sozdaniya-muzykalnykh-telekanalov> (data obrashheniya: 15.07.2025)

10. Korkonosenko S. G. Sociologija zhurnalistiki = Sociology of journalism. Moskva : Jurajt, 2025. 381 s.

11. Lazutina G. V. Osnovy tvorcheskoy dejatel'nosti zhurnalista = The basics of a journalist's creative work. Moskva : Aspekt Press, 2010. 240 s.

12. MUZ-TV = MUZ-TV // Telepedija. URL: <https://telepedia.fandom.com/ru/wiki/%D0%9C%D0%A3%D0%97-%D0%A2%D0%92> (data obrashheniya: 15.07.2025)

13. Muzyka na televideenii = Music on television // Junciklopedija. URL: https://yunc.org/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0_%D0%BD%D0%B0_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8 (data obrashheniya: 15.07.2025)

14. Muzykal'noe televidenie v sovremennoj Rossii: zhanrovyje aspekty = Musical television in modern Russia: genre aspects // Bibliofond, 2014. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=812188> (data obrashheniya: 15.07.2025)

15. Muzykal'noe televidenie: itogi proshlogo goda i plany na budushhee = Musical television: last year's results and plans for the future // Signal Media, 2023. URL: <https://signalmedia.ru/news/3449?ysclid=m91ew6mbao381261817> (data obrashheniya: 15.07.2025)

16. Muratov S. A. Televizionnoe obshhenie v kadre i za kadrom = Television communication on and off camera. Moskva : Jurajt, 2025. 188 s.

17. Mjasnikova M. A. Televidenie kak fenomen kul'tury = Television as a cultural phenomenon. Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2017. 140 s.

18. Nikishina A. A., Gazizov R. R. Kompozicionno-soderzhatel'nye osobennosti muzykal'nyh proektov na rossijskom televideenii = Structural and semantic features of musical projects on Russian television // Nauka. Obrazovanie. Sovremennost', 2023. № 2. S. 42–46.

19. O kanale = About the channel // RU.TV. URL: <https://ru.tv/aboutrutv/about> (data obrashheniya: 15.07.2025)

20. O telekanale = About the TV channel // MUZ-TV. URL: <https://muz-tv.ru/static/about/> (data obrashheniya: 15.07.2025)

21. Prohorov E. P. Vvedenie v teoriju zhurnalistiki = Introduction to the theory of journalism. Moskva : Aspekt Press, 2011. 351 c.

22. Rjabceva V. D. Strimingovye platformy 2022–2023 goda = Streaming platforms in 2022–2023 // Nauka i mirovozzrenie, 2024. № 21. T. 1. S. 118–119.

23. Rjazanova K. V. Perehod muzykal'nogo televidenija ot gosudarstvennogo tipa k kommercheskomu = The transition of music television from a state-owned model to a commercial one // Materialy Mezhdunarodnogo molodezhnogo nauchnogo foruma «LOMONOSOV-2014». Moskva : MAK Press, 2014.

24. Tertychnyj A. A. Zhanry periodicheskoj pechati = Genres of periodicals. Moskva : Aspekt Press, 2017. 320 c.

25. Ushanov P. V. Muzykal'nyj klip kak produkt jevoljucii medijnyh tehnologij: k probleme utochnenija termina = A music video as a product of the media technologies evolution: towards clarifying the term // Vestnik VGU. Serija: Filologija. Zhurnalistika. 2022. № 4. S. 143–147.

26. Chernogrickaja E. Virtual'naja vystavka-obzor «Muzyka i televidenie» – k Vsemirnomu Dnju televidenija = Virtual review exhibition «Music and Television» – dedicated to World Television Day. 21.11.2020. URL: https://mno.blogs.donlib.ru/2020/11/21/virtualnaja-vystavka-obzor-muzyka-i-televidenie-k-vsemirnomu-dnju-televidenija/?doing_wp_cron=1743080411.9619100093841552734375 (data obrashheniya: 15.07.2025)

27. Sherstoboeva E. A. Muzykal'noe televidenie: programnye i strukturno-funktsional'nye osobennosti = Music television: programming and structural-functional characteristics Moskva : MGU im. M.V. Lomonosova, 2009. 136 s.

28. Juan' E. Formatnye i soderzhatel'nye osobennosti sovremennyh televizionnyh muzykal'nyh realiti-shou v Rossii i v Kitae = Format and content features of modern TV musical reality shows in Russia and China // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. Irkutsk : ID BGU, 2024. T. 13. № 4. S. 789–804.

29. GarageBand // App Store. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/garageband/id408709785> (data obrashheniya: 15.07.2025)

Статья поступила в редакцию 30.03.2026; одобрена после рецензирования 16.04.2026; принята к публикации 07.05.2026.

The article was submitted on 30.03.2026; approved after reviewing 16.04.2026; accepted for publication on 07.05.2026