Феномен импровизации (с латинского ex improviso – «неожиданно») зародился еще в период Возрождения в Италии. Так называли поэтов, которые читали стихотворения или пели под музыку без подготовки. Импровизация чаще рассматривается как форма творческой деятельности: музыкальной, литературной, театральной. А.Баташев предлагает называть импровизацией такой вид художественной деятельности, при котором носителем художественного содержания является сам деятельностный процесс [1]. Однако термин остается размытым. Для одних актеров импровизация означает спонтанное создание фрагментов, например, сценических действий, в рамках исполнения ранее написанного сценария. Для других импровизация–это инструмент или актерская методика, используемая, чтобы помочь актерам в процессе репетиции найти подход к персонажам, которых они играют [2, с.1-21].

В 1967 году в Калифорнии возникла структура Гарольд, используемая в импровизационных театрах длинных форм, которая исполняется импровизационными труппами и командами по всему миру. Однако длинная форма импровизации находилась в застойном состоянии из-за того, что импровизацию не рассматривали вне традиционных понятий [3, с.144-171]. Спустя некоторое время, с развитием телевидения феномен импровизации появился в медиапространстве. В 1960-х годах наблюдался рост контркультуры, которая отвергала традиционные формы искусства. Импровизация, с ее спонтанностью и непредсказуемостью, стала альтернативой. Уже в 1988 году в Великобритании появился первый короткометражный импровизационный комедийный телесериал «Whose Line Is It Anyway?», продолживший эру импровизационной игры Гарольда [3, с.144-171].

В России феномен импровизации на телевидении появился позже. Новый формат стал конкурировать с шоу, где шутки были заготовлены заранее и скетч-шоу были постановкой. Изначально импровизационными форматами заинтересовались развлекательные телеканалы, такие как СТС («Слава Богу, ты пришел!») и ТНТ («Смех без правил»). Новый жанр понравился телезрителям, рейтинги достигли отметки 10-15%. Поэтому импровизационные шоу стали появляться на федеральных каналах, собирать вокруг себя фанатов (в дальнейшем фандома), поддерживающих развитие шоу.

В 2016 году появилось новое шоу на канале ТНТ – «Импровизация» под руководством продюсера Владислава Дусмухаметова и резидента Comedy Club Тимура Батрутдинова. Креативным продюсером стал Стас Шеминов (ранее вдохновитель воронежского объединения «Спорный вопрос»). В команду импровизаторов вошли Антон Шастун, Арсений Попов, Сергей Матвиенко, Дмитрий Позов и ведущий Павел Воля. [4]. В этом составе они придумывали новые импровизационные игры, приглашали на шоу знаменитостей, показывали юмористические сценки и внедряли интерактив в формате общения с гостем и аудиторией. На сегодняшний день шоу «Импровизация» выходит на телеканале СТС, но большей популярностью пользуется на интернет-платформах: YouTube и ВКонтакте. В дальнейшем исследование будет строиться с опорой на данные контента канала «Импроком» [5].

Таким образом, объектом исследования выступают импровизационные шоу как особый вид медиаконтента. Предмет исследования – специфика импровизационных шоу, причины их популярности и влияние на медиасреду.

Мы ставили перед собой цель выявить особенности импровизационного жанра и его исторический рост с появлением цифровых платформ, выделить основные причины эмпатии зрителей к импровизации и оценить важность поддержку фандомов для развития шоу.

Мы можем назвать основные причины привлекательности жанра импровизации: ощущение аутентичности и спонтанности (непредсказуемость и возможность стать свидетелем чего-то уникального и неповторимого дарит ощущение близости к актерам), эмоциональная вовлеченность (часто в шоу затрагиваются бытовые сцены, которые понятны большей части аудитории), интерактивность (возможность взаимодействовать с актерами на импровизационных концертах), психологические факторы (юмор позволяет отвлечься от проблем в реальной жизни), возможность увидеть творческий процесс (дает зрителям понять, как рождается юмор, откуда можно черпать идеи).

Можно заключить, у исследователей нет общего определения этого телевизионного формата. Также феномен популярности такого формата до конца не ясен: несмотря на популярность шоу в 2017-2021 годах, в 2022 году рейтинги на телеканале ТНТ упали, и шоу стали транслировать на СТС с обновленным названием шоу «Импровизаторы». Так как, в связи с падением рейтингов шоу «Импровизация» была закрыта на ТНТ и стала транслироваться на телеканале СТС, все чаще говорят о снижении интереса аудитории к формату в целом.

**Источники и литература:**

1. Баташев А. Феномен импровизации // Советская музыка. 1987. № 2.
2. Fotis M. Long Form Improvisation and American Comedy, – London: Palgrave Macmillan, 2014. – 227 p. – ISBN 978-1137376572
3. Leep J Theatrical Improv in Performance // Theatrical Improvisation, – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 202 p.– ISBN 978-0-230-60467-4
4. СМИ 24: <https://24smi.org/celebrity/88290-improvizatsiia.html>
5. Официальная группа «Импроком» ВКонтакте: <https://vk.com/improcom>