

Александр Давыдик

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

«СУПЕРМОДЕЛЬ ПО-БЕЛОРУССКИ»: ЭКСПЕРИМЕНТЫ НАД ФОРМАТОМ FASHION-РЕАЛИТИ

26 февраля 2018 г. в эфир телеканала «RU.TV Беларусь» вышел проект «Супермодель по-белорусски». Девиз программы – «Они уже не будут прежними» [3] – настраивает зрителя на давно полюбившуюся трансформацию в формате «мэйк-оувер». Однако анализ получившегося продукта убеждает, что прежним не будет и общепринятое видение модельных шоу: авторы решили не придерживаться классической схемы построения зарубежных модельных реалити и в силу технико-технических особенностей его производства целиком погрузились в эксперименты над знакомой концепцией. К слову, для телезрителя остается загадкой, работает ли команда с зарубежной лицензией или только эксплуатирует востребованную идею: никаких ссылок на первоисточник, несмотря на классическое название проекта, в эфирном продукте не обнаруживаем.

Обратимся к некоторым особенностям содержания «Супермодели по-белорусски».

В основе драматургии наиболее известных модельных реалити (America's Next Top Model, Supermodelo, The Janice Dickinson Modeling Agency, The Face) лежит ритуальная трансформация, обряд телевизионного перевоплощения [1]. Драматургия шоу, которая строится на соревновании, позволяет установить точки отсчета в понимании, кто такой успешный человек (победитель) и кто такой аутсайдер (проигравший) и задать вектор трансляции смысла.

Традиционно игровые fashion-реалити начинаются с кастинга. Будущих героинь оценивает компетентное жюри, ориентируясь на собственное восприятие женской красоты, профессионализма и образа модели [2]. В данном случае в качестве судей выступают: Ангелина Громченко – ведущая и режиссер проекта, Анастасия Чучупалова, Александр Киринок, Денис Аргер, Александр Кухаренок.

Стоит отметить, что комментарии жюри довольно расплывчатые: «Ну, какая она модель – обычная баба», «Мне не нравятся ее скулы» и «Мне нравится. Такая славянская девушка» (26.02.2018). Также наблюдается излишний акцент на частных визуальных преимуществах и недостатках: «У нее слишком широкий нос» (26.02.2018), «Грудь долж-

на быть на первом месте» (17.04.2018), «Ну, кто так играет глазами» (20.04.2018).

Такая вызывающая риторика программы, вероятно, призвана создать динамику на экране и содействовать активизации конкуренции между участницами, а также спровоцировать зрителя на эмоции (согласен / не согласен с мнением жюри). Построение драматургии на основе таких коммуникационных стратегий свойственно скорее реалити типа «шоу подглядывания», хотя формат изначально подразумевает соответствие параметрам «шоу профи». Следовательно, в белорусском fashion-реалити сценарий выстраивается не на достижениях и обряде перевоплощения, традиционном для зарубежных аналогов, а на карнавализации процесса, главным итогом которого являются эмоции зрителя. Подтверждают данное утверждение такие фразы членов жюри, как «На что ты готова ради хайпа?», «Ты же понимаешь, что это шоу. Покажи, что ты умеешь» и «А что ты будешь показывать, стихи Бэлы Ахмадулиной? Если ты так стесняешься... », вместо диалога о перспективах девушек в модельном бизнесе (26.02.2018).

Также карнавальные элементы сценария выявляются при оценке фотографий, когда участницам необходимо самостоятельно назвать свои плюсы и минусы, оценить качество результата своей работы. Происходит подмена ролей – по сути, девочкам самим приходится выполнять функции жюри. Официальные судьи же не устанавливают конкретных требований, их критика не информативна. Используются обобщенные фразы, например: «Ну, что ты видишь на фотографии?» (01.04.2018), «Мне не нравится фото» (17.04.2018), «Это ужасно» (20.04.2018). Помимо этого, советы, направленные на совершенствование работы, также обобщены и не несут какой-либо полезной нагрузки. Участницам предлагают самостоятельно определить способы совершенствования: «Нужно больше работать» (17.04.2018), «Что ты будешь делать?» (01.04.2018), «Надо лучше готовиться» (20.04.2018). Такая образная лексика не позволяет зрителям и конкурсанткам получить точку отсчета в понятиях «хорошо» и «плохо», что в свою очередь подрывает доверие к телевизионному продукту.

Также главной площадкой для телевизионного карнавала становится жилье участниц. Это место столкновения интересов, споров и выяснения отношений. Так, в выпуске за 17.03.2018 при осмотре кухни зритель слышит следующие фразы: «Не дай Бог, вы будете готовить тут свою вонючую жрачку», «От вас всех зависит, чем я буду пахнуть» и «Как мы будем делить плитку, меня не волнует, я всегда буду первой».

Эмоциональную нагрузку проекта увеличивают исповедальные монологи участниц проекта. Согласно концепции, каждая героиня делится своими впечатлениями и оценками в комментарии – постфактум по отношению к основному действию. Используя данный типичный для реалити прием, создатели белорусского шоу основной акцент делают на драматизации комментария: в выпуске за 17.04.2018, рассказывая о фотосессии в аквапарке, девушки признаются в своих страхах и травмах, связанных с водой. Это должно вызвать эмпатию у аудитории, солидаризироваться с героиней, создать личную доверительную атмосферу признаний.

Отдельного внимания в шоу заслуживает специфика вербальной коммуникации. На протяжении всего проекта девушки выражают свои эмоции с помощью ненормативной лексики. Во время обработки видеоматериала слова или фразы заглушаются, однако, учитывая контекст, зритель даже без слов понимает содержание речевых конструкций. Стоит отметить, что в формате реалити-шоу степень дозволенного для участниц определяют не только редакторы, но и ведущие и эксперты, на поведение которых они стремятся ориентироваться. В случае с белорусским проектом отправной вербальной точкой стали члены жюри, которые в оценке конкурсанток обильно пользовались нецензурной лексикой (26.02.2018).

Что касается ролирования коммуникации, важно, что девушки выполняют не только роль конкуренток, но и подруг, а также ряд других ролей в зависимости от конкретной ситуации. Например, Александра Попкович взяла на себя роль провокатора и агрессора, обосновывая свое поведение «говорить правду». Однако, не найдя поддержки, она невольно надела маску жертвы, а остальные конкурсантки стали считать ее слабым звеном. Роль жертвы в данном случае проявилась в таких приемах, как слезы, бегство (в комнату), перекладывание вины на других.

Стоит отметить, что доверие и интерес формируются не только вербальными, но и невербальными средствами. В случае с реалити-шоу ими являются динамика, ракурсы, музыкальная составляющая и обработка видеоматериала. В «Супермодели по-белорусски» специфика невербальной подачи экранного действия не добавляет рейтинга аудиовизуальному продукту.

Подводя итоги, стоит отметить, что низкое качество шоу-аналога портит общее представление о концепте продукта. Это показывает важность тщательной подготовки творческой группы перед разработкой передачи, ее производством и выпуском в эфир, необходимость

знакомства журналистов-практиков с зарубежным опытом работы над аналогичными проектами и с исследованиями отечественных и зарубежных ученых.

Бібліаграфічныя спасылкі

1. Казакевич, О. С. Женская телесность в телевизионном дискурсе: опыт де-конструкции / О. С. Казакевич // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – №. 4. Ч. 2. – С. 88–93.
2. Новикова, А. Л. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения : дис. ... д-ра культур. наук : 20.00.01 / А. Л. Новикова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://textarchive.ru/c-2128650-pall.html>. – Дата доступа : 22.02.18.
3. Супермодель по-белорусски // RU.TV Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rutv.by/%d1%81%d1%83%d0%bf%d0%b5%d1%80%d0%bc%d0%be%d0%b4%d0%b5%d0%bb%d1%8c%d0%bf%d0%bed0%b1%d0%b5%d0%bb%d0%be%d1%80%d1%83%d1%81%d1%81%d0%ba%d0%b8/>. – Дата доступа : 12.05.2018.

**Алеся Кузьминава, Денис Валянскі,
Дмитрий Никонович, Елизавета Хмель**
Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

МОБИЛЬНАЯ АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: INSTAGRAM STORIES КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННЫХ РЕДАКЦИЙ

Уже не первый год одной из ключевых тем для обсуждения на профессиональных форумах являются стратегии мобильного производства контента. Так, на Международном фестивале журналистики в г. Перуджа, Италия (International Journalism Festival 2018), участниками которого были авторы данной публикации, спикеры неоднократно делали акцент на перспективности работы СМИ с Instagram Stories.

Согласно данным одного из ведущих европейских агрегаторов статистической информации [statista.com](https://www.statista.com), Instagram Stories ежедневно смотрят не менее 400 млн пользователей [3]. Трансграничность интернета и вирусность постов позволяют охватить аудиторию вне зависимости от ее местоположения. Быстрота производства видео с помощью современных гаджетов обеспечивает легкость создания аудиовизуального продукта. Сочетание мобильной съемки с использованием облачных сервисов хранения данных – возможность оперативного постпродакшна.