

т. к. ему сообщают, что «всюду в торговле обман», «все современные продукты фальсифицированы» и т. п. Эти настроения и критика отражаются в интернет-комментариях зрителей к программам.

Расследования такого рода требуют владения профессиональными сведениями о товарах и услугах, знания законодательства, журналистам необходимы юридическая поддержка, взаимодействие с государственными и общественными организациями по защите прав потребителей. Тем более, что программы стремятся позиционировать себя как центры борьбы за качество товаров и услуг, призывая зрителей направлять в их адрес свои жалобы.

Отношение к итогам таких расследований неоднозначно. Эти передачи полезны, т. к. воспитывают сознательное потребительское поведение людей в условиях многообразия товаров, оказывают определенное воздействие и на производителей (все же на телеэкран попадают далеко не все, а лишь некоторые, наиболее популярные марки продуктов), обращают внимание контролирующих государственных органов на существующие проблемы (по сигналам СМИ проводятся проверки качества товаров). Судя по комментариям к программам в интернете, зрители все же доверяют не всей сообщаемой в программах информации, опасаясь «необъективности», «спонсирования» со стороны производителей и т. п.

РЕАЛИТИ В СОВРЕМЕННОМ ЭФИРЕ: ИГРА ПО ПРАВИЛАМ И БЕЗ

А. Ю. Кузьминова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004 г. Минск, Республика Беларусь,
alesiakuzminova@gmail.com*

В современном эфире существует множество продуктов, построенных на использовании документальной съемки. Среди них особое место занимают реалити-проекты, которые не всегда возможно корректно классифицировать, учитывая несовершенство существующей типологической системы тележурналистики. Данная работа поднимает вопросы жанровой принадлежности популярных программ, возможность их соотнесения с понятием «шоу», затрагивает необходимость дальнейшего переосмысления жанрово-форматной структуры современного телевидения.

Ключевые слова: реалити-шоу; реалити-ТВ; телевизионный жанр; телевизионный формат; телепрограмма.

REALITY PROGRAMMS IN MODERN BROADCASTING: GAME BY THE RULES AND WITHOUT

A. Y. Kuzminava

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: A. Y. Kuzminava (alesiakuzminova@gmail.com)

In modern broadcasting there are many products based on documentary filming. Among them, reality projects occupy a special place, but it is not always possible to classify it correctly because of the imperfection of the existing television journalism typological system. This article raises questions of the genre affiliation of popular reality programs, the possibility of their correlation with the concept of «reality show», touches on the need to further rethink the genre-format structure of modern television.

Keywords: reality show; reality TV; television genre; television format; TV program.

Корректное использование терминологии, касающейся медиа, имеет значение как для исследователей СМИ, так и для журналистов-практиков в контексте работы с контентом: позиционирование передачи, заявленное в ней самой или в анонсе, программирует ожидания аудитории. Несмотря на то, что эфир насыщен проектами-гибридами, авторы вынуждены сообщить базовый жанр или форму, чтобы у зрителя сложилось представление, хочет ли он наблюдать, что будет происходить на экране.

Отказ от осмысления жанровой системы при ориентации на форматное телевидение приводит к путанице в употреблении терминов. Ярким примером ситуации является функционирование в русскоязычной среде понятий «реалити-шоу» и «реалити». Российские исследователи не имеют общего мнения о классификации подобного контента [1; 2], типологическая система не успевает за заимствованием реалити-форматов из-за рубежа.

Как мы уже выяснили, исследуя данную тему ранее [3], под шоу подразумевается зрелищная программа, характеризующаяся игровым характером коммуникации. Игровая природа (ролированное взаимодействие, конкретные правила соревнования, реальный или условный приз для главных героев) является стержнем экранного действия, даже если речь идет о передаче, целиком построенной на разговоре, – ток-шоу или викторине.

Реалити-шоу, как разновидность шоу, не является исключением. В англоязычной среде для обозначения явления фигурирует термин «reality game show» [4]. Именно он используется при описании таких культовых проектов, как «Survivor», «Big brother», «America's next top model» и др., которые (в оригинале и адаптированных версиях) сформировали представление у русскоязычной аудитории о содержании жанра. Слово «game» все чаще опускается – именно в таком виде термин присутствует в работах российских ученых.

К реалити-шоу относят «шоу подглядывания» («Дом 2»), «шоу на выживание» («Последний герой»), квест-шоу («Автобус»), шоу-профи («Адская кухня») [2]. На грани шоу-профи и вэраети-концертов находятся шоу талантов, обычно ставящие в основу коммуникации соревнование из набора выступлений, но включающие характерные для reality game show телевизионные «тропы» – монологи, хайлайты и др. Часто данные программы также определяются как реалити-шоу, хотя, на наш взгляд, отнести их к этому виду программ можно весьма условно.

Важно отметить, что телевизионный термин «reality» в языке-источнике имеет гораздо более широкое значение: он может быть производным не только от reality game show, но и от, например, reality television, – понятия, включающего различные виды программ, имеющие документальную, фактологическую основу. Сегодня reality TV фигурирует и в контексте упоминания названных реалити-игр, а также других передач – постановок, базирующихся на съемке скрытой камерой (candid camera series), «документальных мыльных опер» (docusoap), передач преображения (reality make over), консьюмеристских программ (consumer series) и других [4; 5]. Данный контент при всей своей разнообразности объединен репортажным способом отображения действительности в сочетании с техническим и / или социальным экспериментом в основе сюжета. Хотя подобные передачи частично совпадают по содержанию с современными тематическими и специальными репортажами, использующими методы журналистского расследования, смены профессии и др. вкуче с элементами инфотейнмента, они гораздо более развлекательны по содержанию, ориентированы на эмоции зрителя, могут включать придуманные факты и сюжетные линии. Тем не менее путаница, где реалити, а где просто наполненный креативными приемами репортаж, постоянно возникает: телепродюсеры выбирают более эффективный термин для поддержания интереса к своим проектам.

Приведем несколько примеров из актуального эфира.

Итак, на сайте телеканала СТВ находим следующее описание проекта: «Режиссерский замысел: гламурная столичная дива отчаянно погружается в деревенскую жизнь...«Деревня. LIVE» впервые на белорусском телевидении показывает деревенскую жизнь в формате реалити» [6]. Идея вполне коррелируется с реалити-форматом, но анализ контента позволяет утверждать, что позиционирование не является корректным, даже несмотря на то, что авторы передачи не претендуют на создание шоу. Зритель получает типичный репортаж. Костяком программы являются массивные блоки информации, синхроны участников событий, в то время как обещанная зрителю развлекательная программа подразумевает четко прописанный реалити-эксперимент как центр сюжета, включение монологов-исповедей всех участников коммуникации, непостановочные сцены-реакции и др. Наличие игровых стендапов, комментария «знатока темы» из студии и других развлекательных вставок не превращает информационный жанр в реалити. Чтобы последнее случилось, необходимо сократить количество грузного закадрового текста и начать строить сюжет на естественных ситуациях, в которые может попасть городская девушка в новой для нее среде.

В то же время уже существовавшая ранее белорусская программа о деревне «Понаехали» («Беларусь 2») была типичным реалити-шоу «на выживание»: группа молодых людей жила в общем доме под надзором телекамер, выполняла экспериментальные задания, высказывала свои эмоции для монологов-вставок, голосовала на отборе за самого слабого игрока.

Часто подобную ситуацию можем наблюдать в представлении программ о путешествиях. Хотя многие трэвел-передачи позиционируют себя как реалити, если разобраться в сущности коммуникации, они, опять же, являются хорошо срежиссированными репортажами. Даже в отношении известнейшей реалити-программы «Орел и решка» можно поставить вопрос, по какой причине она может называться реалити. Игровой элемент в ней явно присутствует, но ограничивается только интерактивом со зрителем (закладка бутылки с деньгами) и задачей разделить, какой журналист какую сторону явления будет освещать. Далее зритель, по сути, видит презентацию заданного места с выбранной точки зрения. Правда, в отличие от предыдущей ситуации легкая подача материала в данных репортажах позволяет при достаточной информативности сохранить развлекательность и привлекательность контента для зрителя.

Гораздо ближе к идее реалити белорусская трэвел-программа «Села полетела», где постоянная главная героиня выполняет серию заданий и должна успеть разобраться с ними за ограниченный временной отрезок. В основе программы – эксперимент (сделает/не сделает, успеет/не успеет). Казалось бы, в передаче «Орел и решка» тоже присутствует вопрос: хватит ли 100 долларов на выходные у одного из персонажей. Тем не менее он сильно нивелируется, т. к. не является центром действия. Таким образом, «Села полетела», на наш взгляд, хотя и не полноценное шоу с большим количеством участников, но может позиционироваться как реалити, включающее в себя элементы игровой коммуникации.

Возвращаясь к вопросу путаницы между «реалити-шоу» и «реалити», отметим, что типичным примером подмены понятий является позиционирование *make over* программ. Если при определении жанра масштабных шоу с соревновательным элементом и архетипичным сценарием «Золушки» в основе («Топ-модель по-американски» и подобные) вопросов не возникает, то касательно продуктов с преображением одного героя все не так однозначно. Так, белорусская передача «Галерея красоты» (ВТВ) позиционирует себя как телешоу, но коммуникация игрового элемента не содержит вовсе: в основе лежит только трансформация героя – реалити-эксперимент.

Незнание разницы в содержании коммуникации может привести не только к обманутым ожиданиям телезрителей, но и к снятию проекта с эфира из-за неадекватного содержания сценария. Именно это, на наш взгляд, случилось с проектом «Супермодель по-белорусски». Кроме плохого технического качества серий, в программе была полностью нарушена типичная структура франшизного реалити-шоу. Содержание каждой из серий не строилось по характерной для модельного соревнования схеме (сцены из общего дома – тренинг – испытание – судейство), плавало между фрагментами «шоу профи» (в серии мог фиксироваться только один аспект классического выпуска) и «шоу подглядывания» с элементами реалити-эксперимента. В итоге, несмотря на любимый аудиторией формат, проект сильно отличался от источника и не понравился зрителю, о чем свидетельствовало огромное количество негативных отзывов в интернете и полный переход шоу из прайм-тайма на YouTube-платформу.

Подводя итог вышесказанному, отметим: *reality television* сегодня – это огромный набор программ, различных по тематике и структуре. Внутри него можно выделить две глобальные группы – игровые и неигровые.

гровые реалити (телевизионный эксперимент). Использование термина «шоу» в русскоязычной терминологии для последних некорректно, т. к. они строятся на альтернативной модели коммуникации. Однако и использование термина «реалити» хоть и снижает ожидания относительно сложности программы, однако порождает определенные требования к контенту.

Библиографические ссылки

1. Гуцал Е. А. Реалити-шоу на современном российском телевидении: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/realiti-shou-na-sovremennom-rossijskom-televidenii.html>. (дата обращения: 01.08.2019).
2. Уразова С. Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. М. : ФГОУ ДПО «ИПК работников ТВ и РВ», 2011. 240 с.
3. Кузьмінава А. Ю. Тэлешоу: ад творчай задумы да рэалізацыі / навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск : Медысонг, 2014. 112 с.
4. Hill A. Reality TV: audiences and popular factual television. London : Routledge, 2005. 231 p.
5. Hill A., Weibull L., Nilsson Å. Public and Popular: British and Swedish Audience Trends in Factual and Reality Television // Cultural Trends. 2007. № 16:1. P. 17– 41.
6. Деревня Live. Столичное телевидение // Столичное телевидение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ctv.by/derevnya-live> (дата обращения: 01.08.2019).

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ В РАДИОЭФИРЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

А. Л. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
anna_lebedeva@tut.by*

В статье рассматривается интерактивность как одна из важных характеристик не только современного радиовещания, но и на разных исторических этапах его развития. Речь идет о трансформации форм обратной связи. Опираясь на актуальные исследования, автор обозначает основные этапы развития интерактивности в радиоэфире.

Ключевые слова: интерактивность; формы общения; радиовещание; радиостанция; аудитория; эфир.