

А. С. Гарагуля, О. С. Хмель

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Реаліті-шоу на українському телебаченні (на прикладі телеканалу СТБ)

Гарагуля А. С., Хмель О. С. Реаліті-шоу на українському телебаченні (на прикладі телеканалу СТБ). Розглянуто типологію реаліті-шоу на українському телебаченні та досліджено причини популярності цього жанру серед глядачів. Як приклад обраний «рекордист» за кількістю програм відповідного спрямування — канал СТБ. Показано, що реаліті-шоу є продуктом і водночас продуцентом нової суспільної культури.

Ключові слова: шоу, реаліті, українське телебачення, телеканал СТБ.

Гарагуля А. С., Хмель О. С. Реаліті-шоу на українському телебаченні (на прикладі телеканалу СТБ). Рассмотрена типология реалити-шоу на украинском телевидении и исследованы причины популярности этого жанра среди зрителей. Как пример выбран «рекордист» по количеству программ соответствующего направления канал СТБ. Показано, что реалити-шоу являются продуктом и одновременно продуцентом новой общественной культуры.

Ключевые слова: шоу, реалити, украинское телевидение, телеканал СТБ.

Garagulya A. S., Khmel O. S. Reality show on Ukrainian television (for example STB channel). The typology of the reality show on Ukrainian television is analysed and true reasons for the popularity of the genre among the spectators are studied. As an example the "recordsman" by the number of programs of relevant areas the STB channel is selected. It is shown that the reality show is a product and at the same time a producer of a new social culture.

Key words: shows, reality TV, the Ukrainian TV, STB channel.

Актуальність дослідження полягає в тому, що сьогодні телевізійний простір заповнили шоу різних типів, а потрапити до них стало можливим майже для кожного пересічного громадянина. Треба лише мати високу самооцінку, здатність не зважати на критику і, можливо, певний талант, хоча останнє, як показує практика, найчастіше зовсім не обов'язкове. Слово «кастинг» сьогодні вже нікого не дивує і не лякає — люди без остраху йдуть на різного роду відбори.

Мета статті — визначити існуючі типи телешоу та з'ясувати їхній вплив на загальну культуру суспільства.

Об'єкт дослідження — телевізійне шоу як масове явище в сучасній культурі на прикладі медіа-продуктів українського телеканалу СТБ.

Предмет дослідження — генезис телешоу та його зв'язок із культурою постмодерного суспільства.

Поява в другій половині ХХ століття нових технологій принесла з собою появу і становлення оригінального жанру телебачення — реаліті-шоу. Апогей його розвитку на Заході — 90-ті роки минулого століття, а в країнах СНД — середина 2000-х, коли російське телебачення запропонувало глядачеві проект «За стеклом» (ТНТ).

Новизна цього жанру, а також викликаний його появою суспільний резонанс приваблюють західноєвропейських та американських дослідників. Разом із тим залишається недостатньо осмисленою специфіка жанру, його вплив на глядача.

Очевидно, що в цифрову епоху екранний образ — найбільш затребуваний засіб взаємодії мас, націй, держав, який віддзеркалює процеси культурної глобалізації. Такий висновок підтверджують слова науковця М. Кривошеєва, котрий прямо вказує на домінуючу роль ЗМІ, передусім телебачення, у цьому процесі: «Нові телекомунікації і поява міжнародних корпорацій, котрі розпоряджаються засобами масової інформатії, разом з іншими факторами народили глобальні культурні потоки, розмах, інтенсивність та різноманіття яких перевищили усе, що існувало раніше» [3].

Реаліті-шоу, або реаліті-телебачення (від англ. *reality* — дійсність, реальність), — своєрідний телевізійний жанр, гібрид розважальної телевізійної передачі та онлайн-трансляції. Сюжет заснований на показі дій групи людей в наближеній до життя обстановці. Реаліті-телебачення дуже розвинене в США і Великобританії, а відсоток реаліті-програм у мережі мовлення цих країн набагато вищий, ніж в Україні. Проте термін «реальне телебачення»

існує тільки в західній типології жанрів, на просторах же СНД у тому ж значенні вживається менш точний термін — «реаліті-шоу».

Цей телевізійний жанр об'єднує безліч телевізійних програм. Початкова ідея жанру передбачала відповідність програми таким ознакам:

- відсутність сценарію;
- подача до телеєфіру з першого дубля;
- участь людей «з вулиці», а не професійних акторів;
- умови зйомок, максимально наближені до реальних (інколи — екстремальні ситуації та боротьба за життя).

Упродовж довгого часу в передачі показується ніби природне життя і взаємодія ізольованої групи персонажів у тій чи іншій обстановці. Декларується свобода поведінки учасників — вважається, що події розвиваються вільно, без попередньо визначеного сценарію, у чому й полягає «родзинка» реаліті-шоу. Глядача переконують, що він стає свідком не розіграної вистави, а реальних сцен із життя.

Із часом формати реаліті-шоу почали розвиватися в кількох напрямках:

Шоу підглядання, в якому задовольняється притаманна абсолютній більшості населення Землі пристрасть до підглядання і підслуховування. Прагнення сильних переживань, особливо гостре на тлі монотонного повсякденного життя, привертає увагу людей до подій, що відбуваються з персонажами шоу. Тому необхідно, щоби у вдачі учасників були присутні різні, але водночас типові для суспільства характери. Цінуються здібності зіграти, справити враження, привернути до себе увагу. Приклади таких шоу — «Вагітна в 16», «Детектор брехні», «Врятуйте нашу сім'ю», «Холостяк».

Шоу оновлення (модернізації), у якому відбувається оновлення (модернізація) частини або всього життєвого простору героїв програми, їхнього робочого місця або транспортного засобу. Американське шоу «This Old House» («Цей старий будинок»), що дебютує в 1979 р., було першою програмою такого роду. Англійське шоу «Changing Rooms» («Кімнати міняються»), яке стартувало у 1996 р., передбачало оновлення житлових кімнат з додаванням змагального елемента від ігрового шоу. Українські приклади — «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Квадратний метр».

Шоу виживання відрізняється нестерпними для нормального життя умовами, у яких учасники проекту б'ються за перемогу. Саме завдяки надзвичайним, екстремальним випробуванням перевіряється витривалість учасників, стійкість до сприйняття несподіваних перешкод і здатність до їх подолання. Особлива увага приділяється надійності та відповідальності учасника, його готовності виконувати пропоно-

вані організаторами шоу вимоги. Це такі шоу, як «Зважені та щасливі», «Феномен».

Шоу навчання, крім розважальної функції, несе в собі практичну вигоду як для глядачів, так і для учасників. Перед учасниками ставиться завдання щодо освоєння нового фаху або підвищення існуючого фахового рівня, а в глядачів з'являється можливість отримати ужиткові навички. Дуже важливо, щоб учасники шоу прагнули до отримання знань і застосування їх на практиці. В активних і перспективних учасників підвищується шанс бути затребуваними в певній професійній області. Усім відомі такі програми із цього ряду, як «МастерШеф», «Танцюють всі», «Х-фактор».

Шоу гри поєднує в собі перераховані вище напрямки і викликає найбільший інтерес у глядачів тим, що неможливо передбачити сюжет і події, які зазвичай носять випадковий характер. Цікавість і азарт виникають у міру розвитку шоу. Нелінійний сюжет, зашифровані місії, пошук нестандартних рішень і несподіваний результат основні особливості подібного шоу. Учасники поміщені в нестандартні умови і долають не тільки фізичні, але й інтелектуальні перешкоди. Самі учасники не знають заздалегідь про те, як пройти наступне завдання і що чекає їх у майбутньому. Шоу такого типу — «Куб».

Нами було виявлено, що жоден телеканал України не обходиться без реаліті-шоу у своєму ефірі. Навіть якщо в сітці мовлення формально і немає передач такого жанру, то ознаки реаліті носить інший продукт каналу. Своєрідним «рекордсменом» у виробництві продукції відповідної спрямованості став канал СТБ. На сьогодні він пропонує глядачам близько 20 шоу, котрі побудовані на принципі реаліті: «Вагітна в 16», «Весільні битви», «Врятуйте нашу сім'ю», «Детектор брехні», «Зважені та щасливі», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Куб», «МастерШеф», «Танцюють всі», «Україна має талант», «Фермер шукає дружину», «Феномен», «Хата на тата», «Холостяк», «Х-фактор» та інші.

«Х-фактор» — це українська версія британського проекту «The X Factor» — найвідомішого в світі вокального талант-шоу. Телеканал СТБ представляє унікальну можливість кожному бажаючому прийти і довести всій країні, що він уміє співати.

«Україна має талант» — аналог відомого американського шоу «America's got talent» («В Америці є таланти») — стартував в Україні навесні 2009 р. Стати учасником талант-шоу може кожен, хто володіє обдаруванням у будь-якій сфері (чи принаймні думає так). Вік, місце проживання, соціальний статус не мають жодного значення.

«МастерШеф» — масштабне кулінарне шоу, у якому 20 сміливих аматорів змагаються за

звання кращого шеф-кухаря України та грошову винагороду у 500 тис. гривень.

«Танцюють всі» — це формат шоу «SoYouThinkYouCanDance?» («Думаєш, що ти вмієш танцювати?») британської компанії RDF. Це конкурс талантів для всіх, хто думає, що він вміє танцювати, для представників усіх напрямків та стилів.

«Куб» — вітчизняна модифікація популярного британського проекту «The Cube». Учасники виконують різноманітні завдання, находячись у скляному кубі розміром 4x4x4 метри. Згідно з правилами, гравець отримує певну грошову винагороду за кожне успішно виконане завдання, а головний приз становить 250 тис. гривень.

«Фермер шукає дружину» — варіація британського формату «Farmer Wants a Wife». Це проект, завдяки якому самотні чоловіки та жінки знаходять кохання і стають щасливими. У героїв цього шоу є все: улюблена справа, впевненість у завтрашньому дні, вони успішні та самодостатні, ними захоплюються, з них беруть приклад. Єдине, чого не вистачає в їхньому житті, — це кохання. Вони готові на все заради того, щоб знайти людину, котра стане сенсом їхнього життя.

«Зважені та щасливі» — український варіант популярного американського проекту «The Biggest Loser» («Той, хто втратив більше всіх»). Суть проекту полягає в тому, що учасники, котрі страждають від надлишкової ваги, скидають її, паралельно змагаючись за 250 тис. гривень.

«Детектор брехні» — це українська адаптація британського формату «The moment of Truth» («Момент істини»). Герої програми — люди, драматичні життєві історії котрих для більшості знайомих та родичів є таємницею, а для суспільства — взагалі табу. Учасникам цього психологічного експериментального проекту належить чесно відповідати на складні, а іноді й неприємні питання на різні теми, у тому числі й ті, що стосуються їхнього інтимного життя.

«Вагітна в 16» — проект, створений за американським форматом «16 and Pregnant» («16 та вагітність»). Героїні проекту — дівчата віком від 13 до 17 років. Для майбутніх матерів ця вагітність найчастіше несподівана. Крім того, вони ще самі діти, котрі поки що не готові приймати самостійні рішення та долати труднощі.

Сьогодні майже всі глядачі, хоч краєм ока, дивляться реаліті-шоу, котрі пропонує їм українське телебачення, зокрема канал СТБ. І більшість схильна довіряти всьому побаченому, адже, за актуальним ще суспільним стереотипом, «на телебаченні працюють розумні і відповідальні люди, які не збрешуть». Таким чином, телепередачі суто розважальних жанрів прирівнюються до професійної журналістики.

«Системи жанрів — і це стосується саме журналістики — можуть бути своєрідним індикатором епохи», — такий висновок робить науковець С. Уразова в роботі «Вільний доступ» [7]. Саме через небажання чи невміння людей розрізняти, де професійні журналістські роботи, а де елементарна розвага, виникають непорозуміння. Різного роду шоу певним чином «забруднюють» свідомість глядачів.

Організатори шоу в гонитві за яскравістю нерідко балансують на межі пристойності, а іноді зовсім нехтують нею. Безумовно, це спричиняє негативний вплив на глядачів, більшість із яких схильні до бездумного прийняття телевізійних образів за ідеал. Крім того, це загрожує й психічному здоров'ю самих учасників, котрі повинні протягом довгого часу жити під прицілом камер, що фіксують кожен їх рух і кожне слово.

Але користь від реаліті-шоу все ж таки є. По-перше, можна навчатися на чужих помилках. По-друге, якими б не були декорації, усі реаліті-шоу об'єднує один сюжет — фізичне та психологічне виживання в обмеженому просторі. І це робить їх схожими на детективні історії.

Усі реаліті-шоу побудовані на інстинкті виживання. Психологи виділяють три його види: фізичне, соціальне, або «боротьба за місце під сонцем», і споглядове, тобто успіх у відносинах. У реаліті-шоу важливо зрозуміти, хто з персонажів найсильніший. А приміряючи на себе образи учасників, можна уявити, які шанси в певної людини за певних обставин. З'ясування стосунків, а тим більше скандали, завжди притягають увагу глядачів. І особливо приємно, що в реаліті-шоу скандал із побиттям посуду та численними «піп» відбувається не на власній кухні, а на безпечній відстані. Можливо, така пристрась до спостереження зумовлена нестачею феєричних почуттів у власному житті? А значить, треба намагатися змінювати своє життя, аби воно було таким же цікавим, як на екрані. «Реаліті-телебачення пропонує програми і шоу, котрі спостерігають за життям — діями, спілкуванням, — безпосередньо (без завчених ролей, поз та моделей поведінки)» [6].

Проаналізувавши існуючу ситуацію щодо «засилля» реаліті-шоу на телебаченні, можна сказати, що вона є тільки початком нової повсякденної культури, яка відображає соціальний досвід життя на індустріальному та постіндустріальному етапах розвитку. Реаліті-шоу не породжує власних сенсів. Воно лише імітує явище культури, спричиняючи появу «малокультурного» споживача. Разом із тим не можна називати такий феномен однозначно негативним. Він відображає рівень повсякденної культури нашого сучасника, показує людині її влас-

не обличчя. А розуміння проблеми здатне породити її рішення.

Література

1. Бурдьє П. О телевидении и журналистике / Пьер Бурдьє. — М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.
2. Жуков С. Г. Реалити-шоу в социокультурном пространстве массовой культуры : дисс. канд. наук : спец. — культурология / С. Г. Жуков. — Краснодар, 2009. — 148 с.
3. Кривошеев М. И. Международная стандартизация цифрового телевизионного вещания / М. И. Кривошеев. — М. : НИИР, 2006. — 928 с.
4. Потятиник Б. Медіа : ключі до розуміння / Б. Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312 с.
5. Реаліті-шоу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
6. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу / Л. Стойков // RELGA : научно-культурологический журнал. — 2007. — № 14 (149). — 167 с.
7. Уразова С. Л. Свободный доступ / С. Л. Уразова, В. Г. Лифшиц // Круглый стол НАТ при поддержке Роспечати. — 2006. — № 2 (16). — 212 с.
8. Уразова С. Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения : дисс. канд. филол. наук / С. Л. Уразова. — М., 2008. — 212 с.