

DOI 10.15826/izv1.2020.26.1.006
УДК 070.1:654.197 + 78.07:654.197

А. Ю. Казачкова
Л. А. Круглова

МУЗЫКАЛЬНЫЕ РЕАЛИТИ-ШОУ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (2017–2018 гг.)

В статье исследуется специфика музыкальных реалити-шоу в российском телевизионном сегменте на примере проектов «Новая Фабрика звезд» (телеканал Муз-ТВ) и «ПЕСНИ» (телеканал ТНТ). Работа содержит комплексный анализ контента данных телепрограмм за 2017–2018 гг., демонстрирует результаты сравнительного анализа форматов телевизионных проектов, исследует технологию производства музыкальных реалити-шоу, их средства экранной выразительности и интерактивную составляющую шоу. Авторы рассматривают перспективность музыкальных реалити-шоу в условиях российской аудиовизуальной отрасли и масштабы их влияния на аудиторию. Статья будет полезна исследователям СМИ, журналистам, работающим на телевидении, преподавателям и студентам факультетов журналистики.

К л ю ч е в ы е с л о в а: телевизионная журналистика; реалити-шоу; технология производства; средства экранной выразительности; интерактивная функция; форматы.

В век новейших технологий и интернета жанр реалити-шоу на телевидении по-прежнему не теряет своей актуальности. Сегодня мы видим, что телепрограммы реалити-шоу заполнили телевизионное пространство множества государств, в том числе и России. Людям нравится подглядывать «в замочную скважину», поэтому шоу, в котором простые граждане заняты на экране обыденными заботами, является одним из самых кассовых представлений в мире. Объем телепрограмм, создаваемых в жанре или с элементами реалити-шоу, растет с каждым годом. Но особенный интерес у отечественных производителей в 2017–2018 гг. проявился к музыкальным реалити-шоу. Телезрителей привлекает наблюдение за процессом «вращения звезд» в реальном времени. Благодаря цифровой революции человек сегодня потребляет музыку повсюду. Так, телевидение стало крайне важным каналом распространения музыки. А с зарождением такого неоднозначного и в то же время востребованного жанра, как реалити-шоу, проникновение в него музыки стало неизбежным. Популярность музыкального реалити-шоу обусловлена тем, что оно дает обычному человеку шанс стать знаменитым и востребованным. А шоу-бизнес всегда нуждается в свежей крови. Состязательный эффект только усиливает зрительский интерес.

КАЗАЧКОВА Александра Юрьевна — аспирант кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: alex59664@icloud.com).

КРУГЛОВА Людмила Алексеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: abiljo@mail.ru).

© Казачкова А. Ю., Круглова Л. А., 2020

Экранный продукт с маркировкой «*Reality TV*» появился в 1999 г. в Нидерландах и быстро завоевал весь мир, сумев собрать в каждой из стран многомиллионные аудитории [7, 8]. Важно отметить, что по воле производителей программы «*Reality TV*» стремительно трансформировались в устойчивый термин «*Reality-Show*». Это было сделано для того, чтобы создать дополнительный зрительский спрос. Что касается понятия **реалити-шоу**, то слово «*реальный*» имеет несколько значений: «действительно существующий, невоображаемый; осуществимый, отвечающий действительности; практический, исходящий из понимания подлинных условий действительности» [3, 671]. Понятие «*шоу*» обозначает «яркое эстрадное представление, развлекательную программу, а также — нечто показное, рассчитанное на шумный внешний эффект» [Там же, 899].

То есть если мы соединим два вышеупомянутых термина и применим к телевизионному жанру, буквальное значение будет «демонстрация действительности». В сущности, жанр **реалити-шоу** предлагает программы, которые «следят за жизнью — действиями, поступками и общением участников, — напрямую» [6].

В центре программ типа реалити — простые граждане, «люди из толпы». Именно с возникновением жанра реалити-шоу на телевидении так прицельно и открыто стала отображаться «культура повседневности в ее неустойчивой текучести» [9, 255], несмотря на то что телевидение всегда интересовалось рядовыми людьми. Основная функция реалити-шоу — развлекательная, а точнее — рекреативная. Если говорить конкретнее, то подобная продукция должна выполнять гедонистическую функцию [8]. Болгарский культуролог Л. Стойков поясняет, что греческое слово «hedone» означает удовольствие. Если обратиться к истории философии, то вспомним, что одно из древних течений считало удовольствие главным смыслом жизни. Сегодня мы можем провести такую параллель с телевизионным контентом. Не секрет, что телеканалы придают большое значение программам развлекательного жанра, так как считают, что зритель смотрит ТВ ради досугового развлечения. Болгарский исследователь выдвигает следующую мысль: «Обычная практика для всех нас — это включить телевизор, чтобы развлечься» [6].

Отличить жанр реалити-шоу от других телевизионных жанров позволяют следующие критерии:

1. **Отсутствие сценария.** У творческой группы реалити-шоу всегда есть схема, сценарный план, расписание, правила игры, место, время, которые определяют рамки съемочного процесса. Поэтому еще на стадии препродакшн прописываются выразительные средства программы, возможные типажи и их вероятные модели поведения.

2. **Правила игры.** Во многих реалити-шоу героев «выгоняют» зрители путем голосования. На решение зрителей влияет совокупность моментов поведения жителей реалити, начиная от стиля одежды, поведения в быту, заканчивая способностью выходить из конфликтных ситуаций.

3. Обязательным драматургическим структурным элементом реалити-шоу является **соревновательный момент**.

4. Обязательна подача материала в телеэфир с **первого дубля**.

5. **Камеры.** На площадке во время съемок реалити-шоу обычные и скрытые камеры выступают репортерами, беспристрастно отображающими бытийные сцены.

6. **Участие «обычных» людей,** а не профессиональных актеров: участники в большинстве случаев самые обыкновенные и никому неизвестные люди — «соседи» и «знакомые» телезрителей.

7. **Условия съемок приближены к реальным.** В течение продолжительного времени в реалити-шоу показывается естественная жизнь и взаимодействие обособленной группы людей в определенной обстановке. Благодаря чему зритель верит, что становится свидетелем не разыгранного спектакля, а реальных жизненных сцен.

8. **Использование выразительных средств телевидения для манипуляции.** Творческая группа программы использует разные виды манипуляции участниками [2, 111]. Персонажи реалити-шоу совместно проживают долгое время, у них возникают столкновения разного рода, которые решаются по ходу шоу.

По большей части программы данного жанра следят за буднями людей, применяя метод фельетона. Реалити-программы нередко перенимают признаки и других классических телевизионных жанров, таких как документалистика, игры, варьете или фикция [6]. Кроме того, реалити-шоу используют инструментарий документального жанра. В реалити, как и в таком жанре документалистики, как очерк, зритель наблюдает повседневную жизнь, реальные факты, настоящих героев и непридуманнные обстоятельства [1, 202]. В реалити-шоу мы находим также элементы беседы и дискуссии — аналитических жанров. Ведь в любом реалити обязательно участники в интервью высказывают свое мнение по поводу случившихся событий или по поводу конкретных персонажей.

Отметим, что реалити-шоу отличаются своей последовательностью, а это их сближает с хроникой. «Хроника — это запись исторических событий в хронологической последовательности» [2, 176]. Нельзя не провести параллель с телевизионным отчетом, где сценарий также заранее не пишется, и даже иногда показывается в эфире без журналистского пояснения. В реалити-шоу на поверхности лежат признаки телевизионной репортажной съемки, где репортером выступает телевизионная камера, а не корреспондент.

Сегодня только предпринимаются попытки классифицировать разновидности программ жанра реалити-шоу.

В соответствии с одной из классификаций выделяется три типа программ на основании их происхождения [7, 76]. Первый тип происходит от родоначальницы реального телевидения, программы «Большой брат». Особенность подобных реалити-шоу заключается в том, что они происходят в замкнутом пространстве — в квартире или доме, оборудованном камерами и микрофонами. Порой такие проекты называют **«шоу подглядывания»**. Задача состоит в исследовании поведения человека в разных житейских ситуациях. Сценарий проекта «пишут» сами участники. В России этот тип программ был представлен нашумевшим проектом «За стеклом» (телеканал ТВ-6). Сюда же мы можем отнести и реалити-шоу «Голод» (телеканал ТНТ). К данному типу относится

и формат зарубежного шоу «The Bachelor» («Холостяк»), где главный герой выбирает себе невесту из двадцати пяти претенденток. Все девушки живут в одном доме, а холостяк поочередно ходит с ними на свидания. В конце каждого выпуска молодой человек прилюдно отвергает одну даму, объясняя причины своего отказа. В России это шоу ежегодно транслируется на телеканале ТНТ. Также в России в 2018 г. на телеканале ТНТ запустилось реалити-шоу «Замуж за Бузову», где на этот раз в роли холостяка выступила женщина, за которую боролись 15 мужчин.

Второй тип — **«шоу на выживание»**. Родоначальник данного типа — американское шоу «Выживший», авторскими правами на которое владеет компания «Fox». Еще с 1998 г. зритель следит за группой участников, пытающихся выжить в экстремальных условиях, чаще всего — на необитаемых островах.

Была более жесткая версия этого типа реалити-шоу — программа «Живой». В этом проекте четыре десятка мужчин отправили на необитаемый остров абсолютно без еды и одежды. В течение шести недель они принимали психотропные средства, затем брали оружие. Выиграл эту войну 29-летний лейтенант Дж. Шеннон, но через несколько дней после окончания шоу он умер в больнице от ран, полученных на острове. В России шоу, относящееся к типу программ на выживание, представлено проектом «Последний герой» (Первый канал), вернувшимся на экраны в 2019 г., спустя десять лет, в эфире телеканала ТВ-3 [12].

Третий тип реалити-шоу представляет собой **«шоу поиска талантов»** (или **«шоу профи»**). Участники реалити-шоу данного типа показывают свой профессиональный уровень в какой-то области. Начало этому типу телепрограмм было положено во Франции. Именно там в 2001 г. запустили реалити-шоу «Star Academy», представлявшее собой музыкальный проект по поддержке молодых исполнителей и включавшее голосование зрителей. В России шоу вышло в 2002 г. на Первом канале под названием «Фабрика звезд». Кроме того, к данному типу отнесем российские «Стань звездой», «Народный артист», «Ты — супермодель» и т. д. Важно отметить, что таланты ищут в разных профессиональных областях (будь то кулинария или пение). Например, любовь зрителей завоевал проект «Танцы» на ТНТ, в котором участники соревнуются в хореографии за главный приз в размере 3 млн руб.

В некоторых классификациях можно найти еще один тип реалити-шоу — **«квест»**. Это — «шоу-приключение», которое похоже на детектив или головоломку. Участникам таких проектов необходимо в необычных условиях преодолеть физические и интеллектуальные препятствия. Например, в 2017 г. телеканал «Моя планета» устроил эксперимент, скрестив тревел-квест с элементами реалити-шоу в проекте «Чужие в городе».

Однако существует и иной подход к классификации реалити, который связан со способом съемки. Некоторые исследователи выделяют следующие типы:

1. *Реалити-шоу с использованием скрытой камеры*. Например, программы с «домашним видео» («Сам себе режиссер» на телеканале «Россия»), розыгрыши («Розыгрыш» на Первом канале), программы-расследования («Невероятно, но факт!» на телеканале ТНТ).

В настоящее время в эфир телеканала «Пятница!» выходит шоу «Инсайдеры», цель которого выяснить, как на самом деле работают торговые центры, кафе, бары, клубы и рестораны изнутри. Похожий проект есть на этом же канале под названием «Селфи-детектив». До 2018 г. на «Пятнице!» показывалось подобное реалити — «Приманка».

2. *Реалити-шоу с документальной съемкой.* Это так называемое документальное наблюдение, которое не нарушает течение привычной жизни. Можно даже обозначить его как документальный сериал. Например, к данному типу можно отнести программы, в которых зритель наблюдает за работой профессионалов («Телефон спасения 911» — РТР; «Скорая-24» — телеканал «Москва-24»). К этому виду относится и нашумевшее реалити-шоу-расследование «Ревизорро». Сюда же входят программы, в которых зритель круглосуточно следит за жизнью звезд: «Live с Биланом» на MTV и шоу «Блондинка в шоколаде» — будни мегаполиса глазами Ксении Собчак на телеканале Муз-ТВ. В Америке данный тип реалити-шоу представлен чрезвычайно популярной программой «Семейство Кардашьян» («Keeping Up With The Kardashians») на телеканале «E!». За буднями и праздниками причудливой богатой пары и их шестерых детей американцы следят уже шестнадцатый сезон, начиная с 2007 г.

3. *Реалити-шоу с фрагментарным использованием живой камеры.* Например, отнесем к данному типу программы, записываемые в студии, но сопровождаемые сюжетами о событиях, выходящих за рамки шоу, — это так называемые профайлы о реальной жизни («Танцы со звездами» на телеканале «Россия-1» и «Ледниковый период» на Первом канале), социальный эксперимент («Снимите это немедленно!» — СТС; «Экстремальное преображение» на телеканале «Ю»), и даже новостные выпуски, которые используют видео без закадрового текста («Сегодня» на НТВ и CNN News). Яркий пример шоу с элементами реалити в профайлах — это «Голос улиц» на телеканале «Пятница!». Шоу представляло собой масштабный рэп-баттл России, где лучшие хип-хоп- и рэп-исполнители страны сражались за сотрудничество с музыкальным лейблом «Gazgolder» и денежный приз в размере 3 млн руб. Концертная часть снималась в павильоне, а перед выступлениями транслировали сюжеты из реальной жизни участников. Николай Картозия, генеральный директор телеканала «Пятница!», классифицирует проект «Голос улиц», как и другие подобные шоу поиска талантов, как реалити-шоу.

4. *Реалити-шоу в студии.* К данному типу мы относим реалити-шоу, которые снимаются в специально созданных декорациях профессиональными камерами. В реалити-шоу данного типа участники вместе живут в каком-то помещении под прицелом видеокамер. Здесь выделим несколько подтипов программ:

— соревнование («Голод» — ТНТ; «Последний герой» — Первый канал и ТВ-3; «За стеклом» — ТВ-6);

— телевизионный поиск талантов («Стань звездой», «Народный артист», «Секрет успеха» — «Россия»; «Фабрика звезд» — Первый канал и Муз-ТВ);

— эксперименты с любовными и семейными отношениями («Дом-2», «Холостяк», «Замуж за Бузову» — ТНТ; «Остров искушений» — Рен-ТВ; «Каникулы в Мексике» — MTV; «Экс на пляже», «Зов крови» — «Пятница!»);

– социальный эксперимент («Пацанки», «Хулиганы», «Рехаб», «Секретный миллионер», «Наследники», «Теперь я босс», «Инстаграмщицы» – «Пятница!»; «Охота» – НТВ; «Няня спешит на помощь!» – ТНТ);

– шоу профессий («Кондитер», «Адская кухня», «На ножжах», «На ножжах. Отели», «Мейкаперы», «Подиум», «Ревизорро-шоу» – «Пятница!»; «Кандидат», «Битва экстрасенсов» – ТНТ);

– квартирный вопрос («Генеральная уборка» – «Пятница!»; «Квартирный вопрос» – НТВ; американское шоу «This Old House», английское шоу «Changing Rooms»).

Однако важно подчеркнуть, что типология реалити-шоу на сегодняшний день до конца не сформирована. Она изменяется с появлением новых видов шоу и новых методологических разработок. Очевидно, что новые способы создания программ побуждают к созданию новых типологий, которые смогут дать более правильные и результативные подходы к разработке таких продуктов. Речь идет о «целеполагании, в рамках которого и предлагается рассматривать феномен реалити-шоу, т. е. о рассмотрении с точки зрения целей, закладываемых изначально, как смыслообразующее содержание практики для целереализации программы» [5, 89].

Музыкальные реалити-шоу как ведущий тип жанра реалити-шоу

У программ реалити-шоу типа шоу талантов по количеству и разнообразию нет конкурентов. Отметим, что 2017, 2018 и 2019 гг. стали временем музыкальных проектов. Возрождение старых форматов музыкальных реалити-шоу, а также разработка новых дали серьезный повод, чтобы внимательнее посмотреть на экранную продукцию с грифом музыкальные реалити-шоу. В настоящее время с завидной частотой появляются новые жанры музыкального телевидения. Все концерты сейчас в основном преобразуются в телешоу. Также музыкальные вокальные конкурсы используют инструментарий многих других жанров. И реалити-шоу прочно обосновались в этой музыкальной истории.

Музыкальные реалити-шоу относятся к программам поиска новых талантов. Это телевизионная программа, в которой участники показывают свои способности, чаще вокальные. По мнению исследователя Г. Палмера, реалити-шоу на телевидении привлекают своей свежестью и незаурядностью [10, 22]. Ученый Д. Редден изучает музыкальные реалити-шоу с экономической точки зрения [11]. В своем исследовании он показывает, как эстетические ценности преобразовываются в экономические. Музыкальные реалити-шоу зарабатывают на рекламе, спонсорстве, лицензионных сборах, зрительском голосовании и рекордных продажах. Есть негласная шутка, что благодаря музыкальным реалити-шоу зарабатывают все, кроме самих участников. Юным талантам такие шоу предоставляют сомнительные и невыгодные трудовые условия. Как правило, лейблы и продюсерские центры намеренно создают невыгодные договоры для артистов, которые только начинают путь в шоу-бизнесе и еще не имеют больших амбиций. Например, победитель музыкального реалити-шоу «ПЕСНИ» на ТНТ, подписав контракт с «Black Star», получает менее 10 % от дохода, все остальное

принадлежит лейблу. Исследователь К. Робинсон полагает, что для музыкальных производителей важно удачно продать музыкальный образ и его треки в будущем [12]. И поэтому он приходит к выводу, что в шоу талантов голос не есть важный критерий отбора участников — важнее способность конкурсанта быть любимым у публики и продаваемым.

Голосование телезрителей имеет очень сильное влияние на участников шоу. Обычно голосование в музыкальных реалити-шоу на первых этапах складывается только из голосов членов жюри. Далее, ближе к финалу и в финале, голосуют только телезрители. На самом деле, такой формат голосования является оптимальным, потому что зритель чувствует непосредственное участие в жизни своего кумира. И если зрителям нравится конкурсант с низкими вокальными данными, то участник мотивирован улучшать свой голос, а у тех, кто блестяще поет, но не нравится зрителям, есть стимул менять образ, добавлять в свои выступления какие-то интересные фишки.

Но в любом случае основным средством экранной выразительности музыкальных реалити-шоу является музыка. Честолюбие и борьба за первое место, за альбом, за трек работают на драматургию шоу. Кроме музыки, конечно, используются эмоциональные приемы: слезы, любовь, драки, секс — это те выразительные истории, которые «цепляют» зрителя. Как считает выпускающий редактор «ПЕСЕН. Реалити» Светлана Митрофанова, если участники творят, сочиняют песни, спорят на творческие темы, то тогда и не нужно создавать никаких скандальных и пошлых историй¹.

На российском телевидении существует огромное количество разнообразных музыкальных реалити-шоу, направленных на производство новых звезд. В основном все они являются адаптированными версиями западных проектов. Среди наиболее популярных можно назвать такие, как «Стань звездой», «Народный артист» и, безусловно, «Фабрика звезд». Подобные музыкальные шоу создаются также и в сети интернет.

Особенный интерес к жанру музыкального реалити-шоу возник у российских производителей в 2017–2019 гг. В сентябре 2017 г. на телеканале Муз-ТВ стартовало музыкальное реалити «Новая Фабрика звезд», которое стало перезапуском одноименной программы на Первом канале. Формат «Star Academy» был куплен у телекомпании «Endemol». Музыкальный конкурс по-прежнему состоял из будничных «Дневников» из «звездного дома» (реалити часть) и еженедельных отчетных концертов.

Спустя несколько месяцев после окончания «Фабрики» телеканал ТНТ запустил проект «ПЕСНИ». Это российское вокальное телевизионное шоу талантов с элементами реалити практически ничем не отличалось от вышеупомянутого проекта. Подобно «Новой Фабрике звезд», «ПЕСНИ» показывали процесс возвращения эстрадных артистов в реальном времени. Не успел еще закончиться проект на ТНТ, как на телеканале «Пятница!» вышло новое музыкальное шоу

¹ Интервью авторов с выпускающим редактором «ПЕСЕН. Реалити» Светланой Митрофановой от 01.05.2019 г.

«Голос улиц». Хип-хоп- и рэп-исполнители страны сражались за сотрудничество с музыкальным лейблом «Gazgolder», подобно тому как «фабриканты» боролись за место в продюсерском центре Виктора Дробыша, а участники шоу «ПЕСНИ» — за возможность стать артистами «MALFA» Макса Фадеева или «Black Star» Тимати. Однако «Голос улиц» отличался тем, что в эфире телеканала транслировалась только концертная часть, а в прямых трансляциях в социальной сети «ВКонтакте» участники демонстрировали свою жизнь. Все вышеперечисленные музыкальные реалити-шоу ориентированы на поиск народных талантов. Их идея состоит в том, чтобы показать процесс превращения непрофессионалов в поп-кумиров. В упомянутых трех проектах зритель наблюдал таинство рождения новых музыкальных композиций и концертных номеров. Помимо этого страна следила за повседневной жизнью и бытом будущих звезд.

Метафоричные названия программ «Новая Фабрика звезд» и «ПЕСНИ» получили практическое воплощение. Название «Фабрика звезд» выражает идею проекта — создание звезд, которые должны обладать определенным набором качеств для эстрады. Что касается «ПЕСЕН», то название этого проекта говорит само за себя. Главная идея шоу — это показать стране авторские песни, независимо от жанра и направления. Название шоу в данном случае работает на идею проекта. Даже в «реалити дневниках» больше демонстрировали, как участники трудятся над собственным репертуаром, как репетируют.

Включения из «звездных домов» можно обозначить как «мыльные оперы», только с непрофессиональными актерами. Есть одно важное условие для обоих проектов — участие на добровольной основе. С участниками двух проектов был подписан контракт.

На проекте «Новая Фабрика звезд» участники жили в специально арендованном доме. Все комнаты были оборудованы видимыми и скрытыми камерами. В реалити-шоу «ПЕСНИ» участники жили в изолированном помещении — на арендованном этаже небоскреба. Участники проекта ТНТ расположились на 2 тыс. квадратных метрах, территория дома «фабрикантов» была на пятьсот метров меньше, но там и участников было меньше. Отличительной чертой «звездного дома» «фабрикантов» являлось то, что окна были заклеены, чтобы дневной свет не проходил. Это было сделано для того, чтобы в монтаже можно было менять местами эпизоды и не зависеть от времени суток. Но этот факт делал жизнь «фабрикантов» жестче, чем жизнь участников шоу «ПЕСНИ», у которых был восхитительный вид из окон на центр столицы. Однако жизнь музыкантов шоу на ТНТ осложнялась тем, что спальни не были разделены на женскую и мужскую. Действия всех участников анализируемых проектов находились под постоянным наблюдением телекамер — видимых и скрытых.

Обратим внимание на то, что на «ПЕСНЯХ. Реалити» предпочтение отдавалось кадрам, снятым операторами на камеры ТЖК (телевизионный журналистский комплект), в то время как на «Фабрике звезд» основной контент был снят камерами на дистанционном управлении.

Отметим, что участники обоих проектов были вольны поступать, как они считали правильным. В каждой из анализируемых программ сценарии выглядят

по-своему. Это некие рабочие документы, которые не попадают ни в какие архивы и не рассчитаны на долгую жизнь.

В проектах было буднично все: обстановка, разговоры, мысли, чувства. Но режиссер инкогнито разговаривал с участниками по громкой связи, чтобы «вбрасывать» какие-то темы для обсуждения, объявлять расписание дня, предупреждать о встречах, давать задания и т. д. В принципе, режиссеры и редакторы не давали участникам указаний, что нужно делать, а что нельзя, — их просто направляли. Но приемы манипуляции жильцами реалити не игнорировались — это неотъемлемая часть данного жанра. Режиссеры программы сталкивали участников шоу между собой и провоцировали конфликты, стараясь делать это грамотно и ненавязчиво.

Обязательным элементом программ были «Задания». Специальные задания устанавливались продюсерской креативной группой для того, чтобы профессионально «прокачать» молодых артистов и разнообразить контент реалити. Для обеспечения безопасности участников продюсерской группе помогали психологи.

В обоих анализируемых телешоу обитатели знали, что за ними круглосуточно наблюдают телевизионные камеры. Однако они не были в курсе, что происходит за порогом периметра, потому что у них отобрали телефоны и компьютеры. Но участники могли выходить в прямые эфиры в «Инстаграме» и общаться со своими фанатами.

Съемка серий «Новой Фабрики звезд» (НФЗ) осуществлялась за три дня до эфира, а съемка «ПЕСЕН» — за четыре дня до эфира, что давало обоим проектам определенное время на монтаж.

Неотъемлемой частью реалити-шоу являются интервью, которые в профессиональной среде обозначаются как СНХ — синхрон (это маленький кусочек интервью, который длится в эфире примерно 20 секунд). Некоторые фразы музыкантов стали популярными у зрителей. Поклонники «ПЕСЕН» активно публиковали в соцсетях мемы с яркими цитатами «жителей башни». Что касается технологии интервью, то синхроны в «ПЕСНЯХ» писались после каждого события, по несколько раз в день. Очень удобно опрашивать героев по горячим следам. А вот на НФЗ интервью писались в конце дня, редактор задавал вопросы по основным событиям за прошедший день.

Важный элемент программы — система отсева. Номинантов на выбывание на «Новой Фабрике звезд» определял педагогический состав. После того как педагоги во главе с музыкальным продюсером называли трех номинантов, зрители голосовали за любимчиков. На отчетном концерте номинант, набравший большее количество голосов, считался спасенным. Из двух оставшихся того, кто не покинет проект, выбирали товарищи. А вот на «ПЕСНЯХ» номинантов на выбывание выбирали зрители. И уже из двух аутсайдеров в каждой команде того, кто покинет проект, определял наставник.

Ксения Собчак, ведущая «Новой Фабрики звезд», — яркая, уверенная, позитивная, харизматичная, ее высказывания юмористичны и остроумны. А юмор для развлекательного контента просто необходим. Ксения Собчак шутит с жюри, при этом трепетно поддерживает «фабрикантов». Она не имеет идеально красивую

внешность, но привлекательна. Павел Воля, ведущий «ПЕСЕН», — приятный, остроумный, интересный, воспитанный, не пошлый. С участниками — живой, динамичный. Он давно знаком зрителю телеканала ТНТ. Благодаря тому, что Павел имеет образование педагога по русскому языку и литературе, он хорошо владеет языком и использует определенные художественные приемы. Оба ведущих медийны, узнаваемы, имеют несколько миллионов подписчиков в социальных сетях.

Общая продолжительность реалити-шоу «Новая Фабрика звезд» составляет три с половиной месяца (со 2 сентября 2017 г. по 16 декабря 2017 г.), а шоу «ПЕСНИ» — около четырех месяцев, включая телекастинги (с 10 февраля 2018 г. по 16 апреля 2018 г. — кастинги, с 16 апреля 2018 г. по 2 июня — концерты и реалити). Всего было сделано 12 эфирных серий кастингов шоу «ПЕСНИ» на ТНТ, 35 серий «ПЕСНИ. Реалити» и 7 концертов. «ВайТ Медиа» сделали 16 концертов «Новой Фабрики звезд» и 74 записи «Дневников». «Фабричных» дневников было создано в два раза больше на шоу «ПЕСНИ. Реалити», но на «ПЕСНЯХ» проживание участников длилось всего полтора месяца (на два месяца меньше, чем на НФЗ). В целом эфирное время, потраченное на показ реалитийной части обоих проектов, одинаково. Поэтому можно сказать, что оба проекта уделяли равное внимание показу как концертов, так и бытовой жизни музыкантов. Принципиальное отличие в том, что «ПЕСНИ» на ТНТ производили съемку кастингов.

Однако после первого сезона данных проектов их создатели отказались от продолжения. В отличие от Первого канала, осилившего в свое время 8 сезонов «Фабрики звезд», Муз-ТВ довольствовался одним. По России средний рейтинг концертной части составлял мизерные 0,3 %, а рейтинг «Дневников» был еще ниже. Просмотры на «Rutube» также неутешительны. Ввиду низких рейтингов и малой узнаваемости юных звезд НФЗ был отменен выпускной гала-концерт на ледовой арене, а также концертный тур по России. Что касается «ПЕСЕН» на ТНТ, то во втором сезоне от формата реалити отказались, оставив только еженедельные выступления. Хотя рейтинги были выше, чем у «Новой Фабрики звезд», для телеканала ТНТ они оказались недостаточными (1,9 % по России). Еще во время первого сезона выпуски реалити часто перемещались по программной сетке, но так и не нашли своего зрителя. Получается, что некогда популярная «Фабрика звезд» на Первом канале и амбициозные «ПЕСНИ», а также другие подобные музыкальные реалити-шоу сегодня теряют свою актуальность.

С одной стороны, наблюдается тенденция отторжения телезрителем экранного продукта данного типа. Можем предположить, что это происходит потому, что с развитием цифрового медиарынка телевидение теряет аудиторию, а срок жизни нового формата составляет уже не десять сезонов, а один-два. Сегодня нет необходимости делать дорогостоящие музыкальные телевизионные проекты, чтобы дать шанс певцу из глубинки стать знаменитым. Именно новые технико-технологические возможности интернета позволяют любому простому человеку распространить свою музыку с помощью таких сервисов, как «iTunes Store», «Amazon», «MP3.com» или «Rhapsody». А что касается транслируемой культуры повседневности, которая притягивала людей к экранам реалити, то она

сегодня переместилась на платформу социальной сети «Инстаграм». Возможности данного сервиса позволяют показывать все подробности быта и личной жизни, вести прямые трансляции из любой точки мира, причем менее затратно, намного оперативнее и на большую по численности аудиторию.

Генеральный продюсер телеканала «Пятница!» Сергей Евдокимов говорит о наступившем кризисе программ музыкального реалити-шоу на российском телевидении. Если еще начало XXI в. было эрой «реального телевидения», то сейчас время находится в инфинитиве. Ни один действительно успешный музыкальный реалитийный формат еще не отразил атмосферу второго десятилетия третьего тысячелетия.

Однако если опираться на экспертное мнение самих производителей музыкальных реалити-шоу, то никакого кризиса программ типа музыкальных реалити-шоу, да и реалити-шоу в целом, нет. Дело в том, что у каждого проекта свои субъективные причины отказа от продолжения. У НФЗ не было второго сезона потому, что телеканал не нашел столько денег, — уверяет шеф-редактор реалити «Фабрики звезд» Анна Зайкина². На самом деле, для Муз-ТВ, как для маленького телеканала с маленькой аудиторией, производство «Фабрики» было очень амбициозным проектом. Это шоу достаточно затратное (дорогой «периметр», дорогие концерты), а для телеканала стало просто разорительным. Муз-ТВ не способен каждый год или даже два раза в год финансово поддерживать такой проект. Оказывается, что «для второго сезона “Новой Фабрики звезд”, — продолжает Анна, — искали коллаборацию с НТВ. НТВ хотел забрать себе концерты, а на Муз-ТВ оставить “Дневники”. Но так и не договорились. Однако все еще возможно»³.

Что касается отказа от «ПЕСЕН. Реалити» во втором сезоне «ПЕСЕН», то, по мнению Светланы Митрофановой, данное реалити делали люди, которые не имеют опыта в производстве реалити-шоу. Весь процесс был построен очень непрофессионально⁴. С ней солидарна и Анна Зайкина, утверждающая, что «ПЕСНИ. Реалити» были очень плохо сделаны: «...они не были сняты и не были смонтированы. Там качество работы просто отвратительное»⁵.

В целом оба анализируемых формата хороши и универсальны. Может быть, Первый канал еще бы смог снять десять «Фабрик», но он запустил проект «Голос», а этот проект, как мы выяснили, тоже отчасти можно считать реалити-шоу.

Всегда любопытно наблюдать за тем, как появляются новые молодые таланты. «Фабрика», «ПЕСНИ» и все другие похожие проекты являются кузницей этих кадров, поэтому нельзя сказать, что время музыкальных реалити-шоу безвозвратно ушло. Тем более что сейчас мы опять видим подъем интереса к реалити

² Интервью авторов с шеф-редактором «Дневников “Новой Фабрики звезд”» Анной Зайкиной от 23.04.2019 г.

³ Там же.

⁴ Интервью авторов с выпускающим редактором «ПЕСЕН. Реалити» Светланой Митрофановой от 01.05.2019 г.”

⁵ Интервью авторов с шеф-редактором «Дневников “Новой Фабрики Звезд” Анной Зайкиной от 23.04.2019 г.

(после старых «Фабрик» на Первом канале было некоторое затишье). Рейтинги программ напрямую зависят от телеканалов, на которых выходят шоу, и от профессионализма творческой и технической команды, которая воплощает их в жизнь. И хотя данные музыкальные реалити-шоу имели низкий рейтинг, нельзя судить по двум проектам о жанре в целом. Но на их примере мы можем прогнозировать будущее развитие реалити-шоу поиска талантов.

С приходом эпохи блогинга, когда каждое юное дарование может через социальные сети и всевозможные сервисы самостоятельно выйти на аудиторию, роль традиционных телевизионных посредников, в том числе музыкальных реалити-шоу, в какой-то степени обесценивается. Возможно, именно в связи с развитием цифровой среды сегодня происходит смещение акцентов и упадок интереса к музыкальным реалити-шоу. Это уже не передовая линия развития отечественного шоу-бизнеса. Только время сможет показать — умрет формат такого реалити-шоу или нет.

-
1. *Борецкий Р. А., Цвик В. Л.* Телевизионная журналистика : учебник. М., 2002. С.176.
 2. *Ильченко С. Н.* Игровое телевидение — новый жанр? // Средства массовой информации в современном мире : сб. материалов науч.-практ. конф. / под ред. В. И. Конькова. СПб., 2002. С. 111.
 3. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. М., 2006.
 4. Официальный сайт ТВ-3 [Электронный ресурс]. URL: <https://posledny-geroi.tv3.ru> (дата обращения: 27.04.2019).
 5. Современный словарь по общественным наукам / под ред. О. Г. Данильяна, Н. И. Пановой. М., 2005.
 6. *Стойков Л.* Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу // Relga : [электрон. науч.-культурол. журн.]. 2007. № 4 (149). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729&> (дата обращения: 27.04.2019).
 7. *Уразова С. Л.* Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования : монография. М., 2011.
 8. *Федотова Н. А.* Рекреативные функции СМИ: содержание и стратегии реализации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
 9. *Шеманюв А. Ю.* Формы культуры и их динамика. Теоретическая культурология. М., 2005.
 10. *Palmer G.* Exposing Lifestyle television. Dublin, 2008.
 11. *Redden G.* Learning to Labour on the Reality Talent Show // Media International Australia. 2010. Vol. 134, iss. 1. P. 131–140.
 12. *Robinson D. K.* TV Talent Shows: Navigating the Minefield // Journal of Singing. 2014. Vol. 70, iss. 5, May/June. P. 585.

Статья поступила в редакцию 04.01.2020 г.