Боганов Алексей Николаевич,
студент магистратуры кафедры журналистики,
Московский государственный институт культуры

СТАНОВЛЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРА РЕАЛИТИ-ШОУ В МИРОВОМ И ОТЕЧЕСТВЕННОМ ТЕЛЕВЕЩАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается процесс становления и развития жанра реалити-шоу в мировом и отечественном телевещании. Анализируются теоретические подходы к определению понятия «реалити-шоу» и выявляется его гибридная природа. Выделяются ключевые принципы функционирования формата, сформировавшиеся в мировой телевизионной практике. Предлагается периодизация эволюции отечественных реалити-шоу, включающая адаптацию зарубежных форматов, тематическую дифференциацию и трансформацию оригинальных проектов. Особое внимание уделяется специфике российской адаптации зарубежных проектов и влиянию современных медиапроцессов на дальнейшее развитие жанра.

Ключевые слова: Реалити-шоу, телевещание, медиажанр, телереальность, медиаконструкция, российское телевидение, адаптация форматов.

Современные реалити-шоу сформировали свою систему в результате длительного развития. Телевидение, зародившееся в первой половине XX века, стало инструментом воссоздания реальности, однако, как отмечал Ж. Бодрийяр, мы имеем дело не с подлинной реальностью, а с её моделью – гиперреальностью [1]. Применительно к телевидению это означает, что реалити-шоу конструируют особую «телевизионную реальность», подчинённую законам драматургии развлечений.

Единого общепризнанного определения реалити-шоу до сих пор не выработано в силу пластичности и изменчивости жанра. Ж. Бодрийяр характеризовал его как «извращённое удовольствие от вторжения в частную жизнь», где доказательством реальности становится скандал или травма [1]. А. Хилл выделяет парадокс формата: это «гибридный жанр, основанный на обещании доступа к "подлинным" эмоциям, но одновременно вызывающий сомнение в этой подлинности». Л. Уэллет и Дж. Хэй относили реалити-шоу к форме «гражданского воспитания», а Р. Деллер предлагала широкое определение, включающее изображение любого проживаемого опыта [8, 9].

В отечественной науке Е.А. Гуцал рассматривает реалити-шоу как телевизионную практику, основанную на фиксации фактических событий. Д.Б. Дондурей акцентировал влияние формата на формирование ценностей, называя его «фабрикой по производству идентичностей». С.Л. Уразова выделяет конвергентный характер жанра, существующего как на экране, так и в цифровой среде, а А.А. Новикова говорит о полижанровом конструкте, соединяющем документальное наблюдение, конкурсные механизмы и драматургические повороты [2,4,5].

Опираясь на эти подходы, сформулируем рабочее определение: современное реалити-шоу – это многожанровый медиапродукт, воспроизводящий реальность и призванный сформировать устойчивые модели поведения. Формат способен соединить в себе логику документальной истории, драмы и игры, при этом не сводясь ни к одной из них в отдельности в абсолюте, а также становится отражением не сколько самой жизни, а ее более эмоциональной и драматургически выстроенной версии.

Идея жанра возникла в США. На основе радиопередачи «Скрытый микрофон» в 1948 году вышло шоу «Скрытая камера» (Candid Camera) Аллена Фанта, где обычные люди

попадали в специально созданные ситуации, а их реакции фиксировались скрытой камерой. Этот проект заложил ключевой принцип жанра: подлинная реакция на искусственный стимул создаёт зрелищность.

В 1960-х годах важной вехой стал британский проект «Seven Up», отслеживавший изменения жизни участников каждые семь лет. В 1973 году на канале PBS вышла «Американская семья», которую часто называют первым полноценным реалити-шоу: частная жизнь, вынесенная на экран, стала публичным товаром и подчинилась законам драматургии.

Подлинный взрыв жанра произошёл на рубеже 1990–2000-х годов. На MTV стартовал «Реальный мир», демонстрировавший жизнь разных людей в общей квартире и обращавшийся к острым социальным темам. В Швеции с 1997 года выходил «Выживший» (российская адаптация – «Последний герой»), где соревновательный элемент сочетался с психологической остротой. Голландская компания Endemol, вдохновлённая экспериментом «Биосфера 2», создала шоу «Большой брат» (1999), которое довело до предела идею «общества спектакля»: круглосуточное наблюдение превратило жизнь участников в непрерывный перформанс [6].

Среди сквозных принципов, сформировавшихся на мировом телевидении, можно выделить: подлинную реакцию на искусственный стимул как основу зрелищности; вуайеризм и перформанс; интерактивность и соревновательность; экономическую эффективность; социальную и психологическую остроту [7].

Российская практика восприняла общемировые тенденции, но прошла собственный путь, который можно условно разделить на три этапа.

Первый этап (2001–2005) – адаптация зарубежных форматов. Точкой отсчёта стало шоу «За стеклом» (ТВ-6, 2001) – российская версия «Большого брата». Акцент на скандальности и эпатаже давал высокие рейтинги, но формировал у аудитории представление о жанре как о «низком» зрелище. Более взвешенную позицию занял «Первый канал»: «Последний герой» с грамотно выстроенной драматургией и форматом выживания на острове не только реабилитировал жанр, но и собрал рекордные рейтинги.

Второй этап (2006–2021) – тематическая дифференциация. На смену шоковому контенту пришли точечно сегментированные шоу, подражающие «социальным лифтам»: «Фабрика звёзд», «Стань звездой», «Голос», «Битва экстрасенсов», «Топ-модель по-русски». Они предлагали зрителю миф о справедливом социальном отборе, где успех зависит только от личных качеств. Поворотным моментом стал проект «Пацанки» (2016), сместивший логику формата: наблюдение и перевоспитание маргинализированных участников подавались как социальный эксперимент.

Третий этап (2022 – настоящее время) – трансформация отечественных форматов. После изменения геополитической ситуации и ухода крупных западных медиахолдингов начался процесс импортозамещения. Новые реалити-шоу характеризуются отказом от лицензионных адаптаций в пользу оригинальных форматов, усилением воспитательной и нравственной составляющей, ориентацией на культурно одобряемые сценарии. Как отмечает Е.Л. Вартанова, трансформация медиатехнологий находит место в медиапространстве, только отвечая на социальный запрос. Реалити-шоу окончательно оформляется как гибридный продукт, где зрелищность связана с идеологическим посланием и откликом на общественный кризис смыслов.

Российская траектория развития реалити-шоу, при всей специфике, вписывается в общемировую логику эволюции жанра. Первый этап прошёл как копирование западных форматов, второй ознаменовался сдвигом в сторону нишевых проектов, третий характеризуется созданием собственного реалити с воспитательной составляющей. Предложенная периодизация и выявленные принципы формируют историко-теоретическую базу для дальнейшего анализа специфики современных отечественных реалити-шоу.

Список литературы:

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015.
2. Гуцал Е.А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. Серия 1: Проблемы образования, науки, культуры. – 2009
3. Дондурей Д.Б. Развлекательное ТВ: шутки в сторону // Искусство кино. – 2006
4. Уразова С. Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Уразова Светлана Леонидовна. – М., 2008.
5. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия – СПб.: Алетейя, 2018
6. Лапина-Кратасюк Е.Г. «Большой брат» и «Фабрика звезд»: к вопросу о функциях реалити-шоу // Телевидение: режиссура реальности. – М.: Искусство кино, 2004
7. Родькин Павел Евгеньевич Реалити-шоу эпохи телевидения: несостоявшаяся революция телереальности // Социально-гуманитарные знания. – 2016
8. Ouellette L., Hay J. Better Living through Reality TV: Television and Post-Welfare Citizenship. – Malden
9. Hill A. Reality TV: Audiences and Popular Factual Television. – London.