

## Кризис жанра музыкального реалити-шоу на российском телевидении

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

*Казачкова Александра Юрьевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

*E-mail: Alex59664@icloud.com*

На телевидении нет более противоречивой программы, чем экранный продукт с маркировкой «*Реалити ТВ*». Впервые появившись в 1999 году в Нидерландах и сразу вызвав широкую волну общественного резонанса, как позитивную, так и негативную, этот тип телевизионной продукции мгновенно распространился по всему миру, собирая в каждой из стран многомиллионные аудитории [1]. Программы «*Реалити ТВ*», быстро обратившиеся в *реалити-шоу*, по-прежнему занимают в программной сетке зарубежных и российских телеканалов далеко не последнее место.

*Реалити-телевидение* предлагает программы и шоу, которые следят за жизнью - действиями, поступками и общением участников, - напрямую (по правилам без заученных ролей, поз и моделей поведения) [3]. В настоящее время предлагается три типологические ветви программ реального телевидения: шоу на выживание («Последний герой»), шоу подглядывания («Большой брат») и шоу поиска талантов («Фабрика звезд») [1]. Именно к последнему виду реалити-шоу проявился особенный интерес в 2017-2018 годах у российских телевизионных производителей.

В сентябре 2017 года 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 реальное время. Не успел еще закончиться проект на «ТНТ», как на телеканале «Пятница!» вышло новое музыкальное шоу «Голос улиц». Хип-хоп и рэп-исполнители страны сражались за сотрудничество с музыкальным лейблом «Gazgolder», подобно тому как «фабриканты» боролись войти в продюсерский центр Виктора Дробыша, а участники шоу «ПЕСНИ» 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 базируется на показе процесса превращения непрофессионалов в поп-кумиров. В упомянутых проектах зритель наблюдал таинство рождения новых музыкальных композиций и концертных номеров. Помимо этого, страна следила за повседневной жизнью и бытом будущих звезд.

Однако, стоило пройти первому сезону данных проектов, как их создатели отказались от продолжения. В отличие от «Первого канала», осилившего в свое время 8 сезонов «Фабрики звезд», «Муз-ТВ» довольствовались одним. Средний рейтинг концертной части по России составлял мизерные 0,3 %, а цифры «Дневников» и вовсе скуднее [4]. Просмотры

на «Youtube» также не утешительны: среднее количество просмотров реалити за 10 недель проекта составляло порядка 200 тысяч [5]. Ввиду низких рейтингов и малой узнаваемости юных звезд 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) [4]. Еще во время первого сезона выпуски реалити часто перемещались по программной сетке, но так и не нашли своего зрителя. Проект «Голос улиц», несмотря на то, что пробовал интегрировать часть выпусков в «ВКонтакте», все равно не стал настолько успешным кейсом, чтобы телеканал запускал второй сезон.

Получается, что некогда популярная «Фабрика звезд» на «Первом канале» и другие подобные музыкальные реалити-шоу теряют свою актуальность сегодня. Наблюдается тенденция отторжения телезрителя от экранного продукта данного типа. Это происходит потому, что с учетом интенсивно развивающегося цифрового медиарынка телевидение стало драматично терять аудиторию, а срок жизни нового успешного формата сократился с десятилетий до сезона-двух.

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 с любой точки мира, причем менее затратно, намного оперативнее и на большую по численности аудиторию.

Ввиду этого, можно смело сделать вывод о наступившем кризисе жанра музыкального реалити-шоу на российском телевидении. Если еще начало 21 века было эрой «реального телевидения», то сейчас время находится в инфинитиве [2]. Ни один действительно успешный музыкальный реалитийный формат еще не отразил атмосферу второго десятка третьего тысячелетия.

### Источники и литература

- 1) Уразова С.Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. Монография/ Литература по культуре и искусству. – М.: ФГОУ ДПО «ИПК работников ТВ и РВ», 2011. – 240 с.
- 2) «Когда говорят, что интернет убьет телевидение, это глупость» // Коммерсантъ. - 13.10.2011. - №192. - С. 4. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1793394> (дата обращения: 05.02.2019).
- 3) Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу // RELGA: научно-культурологический сетевой журнал. - 15.03.2007. - №4. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729> (дата обращения: 27.01.2019).
- 4) Mediascope: <http://mediascope.net/>
- 5) Youtube: <https://youtu.be/5Zo0VCR1Zh8>