



**Е. Бабенко**

## **Специфика реалити-шоу**

*(Работа по курсу «История и теория медиа»)*

В данной работе мы ставим перед собой задачу исследования специфики реалити-телевидения в сравнении с его разновидностями. Что именно делает его столь привлекательным для общенациональных аудиторий и соответственно выгодным для его производителей? Ответы на эти вопросы мы попытаемся найти, анализируя специфику жанра и его характерные проявления в отдельно взятом образце реалити-телешоу - российском “Доме-2”.

Мишка Кава, исследовательница телевидения из Новой Зеландии, в статье “Любя Реальное или Как я научилась любить реалити-ТВ” говорит про комплекс приемов, присущих реалити-телевидению, которые обеспечивают чувство близости между зрителями и участниками таких шоу. Все они, как мы покажем, используются в и в российском проекте “Дом-2”: колебание между групповым обзором и индивидуальными интервью с участниками; всюдисущее присутствие невидимых камер и операторов; личные мини-микрофоны, прикрепляемые к любой части тела и в любых режиссируемых ситуациях; ритуализированное оформление и риторика изгнания; крупные планы лиц, искривленные опять же постановочными эмоциями или расплывающиеся в слезах<sup>1</sup>.

Аннет Хилл в своей книге “Реалити-телевидение. Аудитории и популярное фактическое телевидение”<sup>2</sup> дает детальней анализ жанровых характеристик реалити-шоу

---

<sup>1</sup> Kavka, M. Love ‘n the Real; or, How I Learned to Love Reality TV. *The Spectacle of the Real: From Hollywood to “Reality” TV and beyond*. Bristol; Portland: Intellect Books, 2005, 98.

<sup>2</sup> Hill, A. (2005) *Reality TV: Audiences and popular factual television*. London; New York: Routledge.

такого же типа, что и “Дом-2” - всемирно популярных “Big Brother” и “Survivor”, которые базируются на круглосуточном наблюдении за выстраиваемыми отношениями выбранных участников, живущих вместе на одной ограниченной территории (например, в закрытом доме).

Американское происхождение жанра не вызывает сомнения ни у одного их исследователей. Поскольку реалити-телевидение является частью массовой культуры, то «снижение общего культурного уровня» европейцы с самого начала распространения массовой культуры связывают с заполняющими эфир американскими жанрами. Как пишет британский исследователь российской медиа-культуры Стивен Хатчингс, в России внедрение новых медийных форм культуры, которые импортировались из Америки и к которым советские люди не были готовы, позднее представляется советскими медиа как возвращение «низкой» культуры, противопоставляемой исконно «высокой» российской<sup>3</sup>.

С другой стороны, существует тенденция приближения постсоветской идентичности к западной, поскольку она позволяет выйти за рамки бывшей коммунистической идеологии. Поэтому “Запад” в российской философской традиции, а также в новых медиа, рассматривается как “идеализируемый и демонизируемый “Другой””<sup>4</sup>. Соответственно, формирование новой российской идентичности является оппозиционным как по отношению к западной, так и по отношению к отечественной

---

<sup>3</sup> по определению Хатчингса, «культурность» - это искусственная советская средняя (middlebrow) культура, созданная для того, чтобы навязать стандарт цивилизованного поведения и определенного комплекса социальных умений, которая позволит пролетариату освоить руководство по управлению новым современным государством. //Hutchings, St. (2002) Ghosts in the machine: Literature as translation mechanism in post-Soviet televisual representations of western-ness. *International Journal of Cultural Studies*, 5(3), 295.

<sup>4</sup> Hutchings, St. (2002) Ghosts in the machine: Literature as translation mechanism in post-Soviet televisual representations of western-ness. *International Journal of Cultural Studies*, 5(3), 292.

советской идентичности. Как пишет Хатчингс, российский логоцентризм становится ключом к пониманию современной российской культуры. В рамках же российского телевидения очевидными являются попытки использования высококультурных (литературных) парадигм к “низким” американским формам (например, сериал). Таким образом, создаются уникальные родовые гибриды - осознанная литературность и нарративность изменяют западный культурный (кон)текст до неузнаваемости. “Дом-2” и есть образцом такого реформатирования американских реалити-шоу. Его акцентированная нарративность (вступные монологи ведущих в начале каждой серии, закадровый голос, который постоянно разъясняет «суть» событий и дает им оценки, детальное описание содержания каждой серии на официальном сайте проекта и прилагаемый к нему журналистский текст, который описывает, в свою очередь, события на съемочной площадке, которые не вошли в телевизионный видеоряд, нестойкость существующих внутренних правил и ограничений игры ( у участников проекта со временем появилось право пользоваться мобильными телефонами и интернетом, а также право выезда за пределы игровой площадки по личным причинам), возможность выхода из проекта по желанию и по согласию организаторов несколько раз в него возвращаться, минуя процедуру кастинга -все это является характеристиками, отличающими российское шоу от его зарубежных аналогов. При этом «Дом-2» конечно не есть суто российское медийное явление. Ему присуща чувствительность к мировым тенденциям развития жанра, и формат шоу уже экспортирован на Запад.

Переходя к вопросу о жанровом происхождении данного формата, нужно, вслед за Хатчингсом, сделать акцент на том, что “жанры являются чем то большим, нежели комплекс формальных конвенций”<sup>5</sup>. Соглашаясь с Джоном Фиском, пионером Television Studies , который говорил о том, что жанры помогают делать культурные акценты (мыльные оперы - на домашних делах, детективные триллеры - на урбанизме,

---

<sup>5</sup> Hutchings, St. (2002) Ghosts in the machine: Literature as translation mechanism in post-Soviet televisual representations of western-ness. *International Journal of Cultural Studies*, 5(3), 297.

маскулинности и маргинальности)<sup>6</sup>, Хатчингс выделяет создание для постсоветского зрителя парадигматических связей, в которых репрезентируется Запад. В зависимости от “национальности” транслируемого жанра, США маркируются как динамичные и маскулинные, Мексика - как домашняя и феминная и т.д.

Аннет Хилл констатирует тот факт, что реалити-шоу третьей волны (точно также, как и первых двух, но в большей степени) являются по своей сути гибридным форматом, который объединяет в себе черты документалистики, таблоидной журналистики и развлекательного ТВ. Такое микширование показывает, «как ТВ пожирает само себя (cannibalizes itself), чтобы выжить»<sup>7</sup>. В своем анализе жанра реалити-шоу Хилл опирается на трех ранних исследователей этого феномена - Била Никольса<sup>8</sup>, Джона Корнера<sup>9</sup> и Ричарда Килборна<sup>10</sup>.

Выделяемой чертой таблоидной журналистики является взаимодействие “простых людей” и знаменитостей, информации и развлечений, фактов частного и публичного.

---

<sup>6</sup> Fiske, J., цит. по Hutchings, St. (2002) Ghosts in the machine: Literature as translation mechanism in post-Soviet televisual representations of western-ness. *International Journal of Cultural Studies*, 5(3), 297.

<sup>7</sup> Hill, A. (2005) *Reality TV: Audiences and popular factual television*. London; New York: Routledge, 24.

<sup>8</sup> Nichols Bill (1994) *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture* Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

<sup>9</sup> Corner John (1996) *The Art of Record: A Critical Introduction to Documentary* Manchester: Manchester University Press

<sup>10</sup> Kilborn Richard (1994) 'How Real Can You Get?': Recent Developments in “Reality” Television' *European Journal of Communication* 9: 421-39. i Kilborn Richard (1998) 'Shaping the Real: Democratization and Commodification in UK-Factual Broadcasting' *European Journal of Communication* 13 2: 201-18.

Любительские и часто случайные съемки, которые фиксируют “простых” людей, занимающихся непристойными вещами, ставят журналистику в центр критики, направленной на вуаеристичные тенденции современного общества, снижение уровня качества информации взамен количества и сужение приватной сферы еще задолго по появления реалити-шоу.

Барбара Крид наачинает раздел своей книги “Медиа-матрица. Придавая пол новой реальности” с такого утверждения: “Нет никаких сомнений в том, что тетевизионные программы сделаны для того, чтобы вызывать раздражение у тех, кто считает себя представителем “высокой” (highbrow) или элитарной культуры. Даже “средние” (middlebrow) вкусы могут быть оскорбленными”.<sup>11</sup> Крид акцентирует на таблоидном происхождении жанра и на смешивании телевидением ранее отдельных “серйозных” жанров ,задачей которых было информировать граждан о важнейжих событиях страны и мира, и развлекательынми жанрами, цель которых - приковать внимание зрителя, используя технику “саспенса” - тревожное ожиидание того, что вот-вот должно произойти. Таким образом, дело в том, что реалити-ТВ размывает эти границы, сосредотачивая их в гибридном микшировании.

Кис Брантс в 1998 году вводит термин “infotainment”<sup>12</sup> для определения вышеприведенного размывания жанровых границ. Сам термин является неологизмом, который объединяет “information” и “entertainment”. По словам Аннет Хилл, отсутствие социологических исследований аудитории реалити-ТВ способствовало развитию критики, которая базируется на элитатистких, часто концептуально неопределенных позициях. Такого рода критика обвиняла зрителей, что они являются или «пассивными вуаерами без критических предубеждений» или такими зрителями, которые довольствуются комбинацей “infotainment”.<sup>13</sup> Но эмпирические исследования British Film

---

<sup>11</sup> Creed, B. (2003) *Media Matrix. Sexing the New Reality*. Australia: Allen & Unwin.

<sup>12</sup> Brants, K. (1998) Who’s Afraid of Infotainment. *European Journal of Communication*, 13(3): 315-35.

<sup>13</sup> Hill, A. (2000) *Fearful and Safe: Audience Response to British Reality Programming*.

Institute показали, что оценки публики вроде пассивности и вуаеризма неправомерны - зрители и создатели реалити-шоу вместе создают на телеэкране картину сообщества, которого в реальности не существует.<sup>14</sup> Можно также вспомнить в данном контексте Хоркхаймера и Адорно, которые указывали на то, что культуриндустрия удваивает эмпирическую предметность<sup>15</sup>. Но сегодня следует учитывать и то, что потребители реалити-шоу осознают (!) это улавливаемое удвоение и признаются, что фиктивная реальность медийных продуктов собственно и соответствует их потребностям и желаниям хотя бы на уровне создаваемого телевизионного конструкта. Аким образом зритель получает главное - чувство причастности к сообществу, которому он не безразличен, сообществу таких, как он/она. Однако, Умберто Эко видит здесь примечательную проблему: “невозможно больше не поиздеваться над обсуждаемыми (поскольку они сами издеваются над собой, выставляя напоказ свои слабости), ни посочувствовать жертвам - поскольку жертвы заработали немалую выгоду от самобичевания, они заработали известность“.<sup>16</sup>

Говоря про реалити-шоу как про документалистику следует упомянуть Гарета Палмера, медиа-теоретика, одного из основателей Contemporary Documentary Archive, CDA при School of Music, Media and Performance, University of Salford. в фокусе внимания которого - преследования, преступления и реалити-ТВ. Палмер говорит о том, что начиная с 50-х годов на Западе, а особенно в Великобритании, документалистика «стала средством, при помощи которого образованные представители среднего класса

---

*Television & New Media*, 1(2), 197.

<sup>14</sup> Hill, A. (2000) Fearful and Safe: Audience Response to British Reality Programming. *Television & New Media*, 1(2), 210.

<sup>15</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: философские фрагменты, М., СПб.: «Медиум», «Ювента», 1997, с. 157.

<sup>16</sup> Эко, У. Утраченная уютность частной жизни//Эко У. *Полный назад! Горячие войны и популизм СМИ*, М.:Эксмо, 2007, с. 160.

записывали и демонстрировали деятельность рабочего класса. Такая презентация жизни рабочих как объекта, стоящего внимания, помогла документальному жанру занять позицию транслятора гражданских ценностей. Можно описать этот идеал документалистики как форму доброжелательного надзора, возможно, как форму паноптицизма, в рамках которого творцы фильмов собирали материал среди рабочих, которые могли даже не подозревать, как будут использованы их образы<sup>17</sup>.

Возникновение новых гибридных жанров на протяжении 80-90-х годов, вызванных возрастающим влиянием рынка на телевидение, поставило под угрозу документалистику. «Маскулинные» ценности жанра (рациональность, публичность и т.д.) понемногу начали уступать место более «феминным», ориентированным на эмоциональное переживание в изложении информации о домашней и приватной сферах. Критики отмечали также, сравнительную дешивизну новых жанров, которая, однако, оказалась одним из секретов высоких рейтингов.

Технологии съемок документальных передач и фильмов не изменились, а лишь усовершенствовались с появлением автоматических камер наблюдения. Безличностный взгляд камеры является как бы воплощением одной из основных ценностей документалистики - объективности, какой бы проблематичной она не была по своему определению. Аннет Хилл говорит про три документальные жанры, которые легли в основу реалити-ТВ: док.журналистика, док.реализм и обзорная журналистика. Документальная журналистика близка реалити-шоу как сродная с таблоидной журналистикой в «детективном» способе подачи материала. Что же касается документального реализма, то Хилл, вслед за Джоном Корнером, различает два его вида: «обзорный» (то, что мы видим, является записью хотя бы частично независимой от медиа реальности) и «экспозиционный» (вопросы точности и достоверности).

К вопросу про «реальность» реалити-шоу мы вернемся позже, пока же скажем, что дискуссия вокруг этой проблемы является продолжением дискуссии вокруг «реальности»

---

<sup>17</sup> Palmer, G. (2002) Big Brother: an Experiment in Governance. *Television & New Media*, 3 (3), 296.

документалистики, которая развернулась в первой половине 90-х благодаря двум ключевым работам: «Репрезентируя реальность» Никольса<sup>18</sup> и «Претендуя на Реальное» Уинстона.<sup>19</sup>

Обозревательная документалистика является сегодня смесью подобных по своей установке документальных подходов: американского *direct cinema* (фильммейкер пытается свести свое участие до минимума, отказ от “реконструкции” событий и т.д.), французского *cinéma vérité* (этот подход осознает неминуемое участие создателей фильма, поэтому они часто появляются в кадре, но все же здесь отбрасываются любые постановочные действия, которые были нужны ранее, до изобретения необходимого светового оборудования) и британского *fly-on-the-wall* (съемки “живого события”, но как бы с позиции наблюдения “мухи на стене” - ее следящее присутствие сведено также до минимума). Таким образом, как пишет Джонатан Бигнел, реалити-телевидение смешивает подходы в документалистике, используя наиболее сомнительные с точки зрения тех, кто выступает за документалистику как форму социальной “работы”<sup>20</sup>. в “Доме-2” мы видим искусственное пространство съемочной площадки, где действия и разговоры героев исполняют главную задачу теле-шоу - «строить дом и любовь», но персонажи напрямую не должны ничего делать, а отсутствие сценария и «обычная» молодежь как объект интереса продюсеров и создают «живое событие».

Общественная ценность британской документалистики образца 50-х годов состояла главным образом в том, что она показывала «реальную» жизнь наиболее бедных и бесправных слоев населения, как бы давая им право говорить и быть услышанными/увиденными. Она показывала обеспеченным зрителям, что бедные - «такие

---

<sup>18</sup> Nichols Bill (1991) *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary* Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

<sup>19</sup> Winston Brian (1995) *Claiming the Real: the Documentary Film Revisited* London: British Film Institute.

<sup>20</sup> Bignell, J. (2005) *Big Brother. Reality TV in the 21<sup>st</sup> century*. Basingstoke: PALGRAVE MACMILLAN, 68.

же, как и мы», давая хороший материал для зрительской идентификации, которая исполняла общественно важную либеральную стратегию - возможность сочувствия и соучастия через умножение нарративов. В кадре реалити-шоу образца начала XXI столетия - «средний» класс населения - люди, которых мы можем каждый увидеть в окружении себя. Как отмечает Барбара Крид, реалити-шоу третьей волны конституируют «новую, постмодерную форму этнографического телевидения, которая скорее иная, чем «испорченная»<sup>21</sup>. В модернистских формах этнографического фильмопроизводства, таких, как телевизионная документалистика, «другой» почти всегда до-индустриальный, незападный субъект; в постмодерной этнографии фильммейкер направляет камеру на западную культуру, ее мораль, ценности и стиль жизни»#. Таким образом, реалти-ТВ разрушает конвенциональный этнографический взгляд ради репрезентации доминантной культуры, которая смотрит на себя «со всеми видимыми недостатками»<sup>22</sup>. Джанатан Бигнел акцентирует внимание на том, что участники реалити-шоу одновременно и «такие же, как и мы», и «не такие», поскольку «их», в отличие от «нас», показывают по телевизору<sup>23</sup>. и про это отличие нужно помнить, потому что несмотря на показательное равенство в возможном доступе к участию в таких шоу, все же нужно помнить про сложную процедуру отбора тех, кто попадает на телеэкран, и в этой процедуре зрители участия не берут. Таким образом, участники шоу находятся на средних позициях в иерархии: содной стороны, у них больше власти и «свободы самовыражения», нежели у тех же самых «простых» людей по ту сторону экрана, с другой - они подвластны решениям ведущих или администрации телеканала.

Иссутствие драматических техник в съемках реалити-шоу, серийность, использование иронии и пародии ставят под сомнение документальные ценности жанра, и одним из точнейших его определений исследователи называют «докумыло» (docusoap) -

---

<sup>21</sup> Creed, B. (2003) *Media Matrix. Sexing the New Reality*. Australia: Allen & Unwin, 39.

<sup>22</sup> Там же, с. 40.

<sup>23</sup> Bignell, J. (2005) *Big Brother. Reality TV in the 21<sup>st</sup> century*. Basingstoke: PALGRAVE MACMILLAN, 67.

микс документалистики и “мыльной оперы” или мелодрамы.

Бигнел решительно исследует общие черты докудрам (docudramas) и мыльных опер<sup>24</sup>. прежде всего заметна обязательная серийность обоих жанров. Развитие событий происходит на протяжении долгого времени, которое в большинстве случаев измеряется “сезонами”. именно такой способ обеспечивает привыкание зрителей к персонажам и даже вызывает любовь. Этот тип отношений между зрителями и персонажами шоу Миша Кавка называет “опосредованной близостью”(mediated intimacy) - зрители имеют достаточно времени, чтобы узнать огромное количество подробностей про участников шоу, таким образом увеличивая чувство знакомства с людьми на экране, одновременно и симулируя, и стимулируя интенсивную близость. «По другую сторону экрана появляется возможность любить, ненавидеть и порождать сильные чувства к тому, с кем вы до этого никогда не говорили, к кому никогда не прикасались - кто даже не подозревает про ваше существование, потому что он не может видеть вас тогда, когда вы за ним следите»<sup>25</sup>.

“Мыльная опера” утверждает автентичность реализма через явное отображение социального мира, сведенного к микрокосму повседневности и структурированного конденсацией и нарративным развитием»<sup>26</sup>, - продолжает анализ Джонатан Бигнел. Таким образом она отображает и воспроизводит идеологические нормы, фокусируясь на семье, общности или региональной идентичности. Именно поэтому как мыльные оперы, так и реалити-шоу являются ареной для дебатов о моральности и социальном поведении в современных обществах. Эти дебаты подогреваются еще одним свойством мелодрамы - акцентированием на персонажах. Основным вопросом, который ставят перед собой

---

<sup>24</sup> Bignell, J. (2005) *Big Brother. Reality TV in the 21<sup>st</sup> century*. Basingstoke: PALGRAVE MACMILLAN, 60-87.

<sup>25</sup> Kavka, M. *Love 'n the Real; or, How I Learned to Love Reality TV. The Spectacle of the Real: From Hollywood to "Reality" TV and beyond*. Bristol; Portland: Intellect Books, 2005, 95.

<sup>26</sup> Bignell, J. (2005) *Big Brother. Reality TV in the 21<sup>st</sup> century*. Basingstoke: PALGRAVE MACMILLAN, 64.

зрители мыльных опер, и еще вбольше зрители реалити-шоу - это «что это за люди?», и уже потом идет вопрос «что дальше?». Реалити-шоу добавляет к эти двум вопросам еще сомнение касательно «искренности» персонажа. В «Доме-2» каждый день самими участниками поднимается вопрос о том, «игорает ли человек на камеру?». А поскольку главной задачей героев является «строительство любви» - на фоне строительства дома - то именно те, кто достиг успеха на этой почве «любви», и получит главный приз. При этом, участники всеми силами стимулируют зрительское подозрение насчет «наигранности как простых реакций, так и серьезных чувств». Но победителя как раз определяют зрители. Напряжение в реалити-шоу поддерживается этим интенсивным взаимодействием игроков - каждый из них доказывает свою искренность и неподдельность, и таким образом постоянно «разоблачает» соперников.

Вера Зверева говорит<sup>27</sup> про еще одно свойство «метарассказа» такого типа - наличие постоянных и заменяемых (на несколько серий) персонажей, что очень показательно видно в «Доме-2». постоянные персонажи, четко отделенные от новых уже в первом году существования шоу получают больше прав, лучшие условия проживания и большую «неприкасаемость» голосов, а с началос десятого сезона они переезжают жить в Москву в специально оборудованные дляшоу отдельные квартиры, получают свободу передвижения и т.д. И таким образом еще более гибридизируют формат программы.

Рефлексивная отсылка к жанровым конвенциям ,а также перформативное размывание границ между фактом и вымыслом (fiction) являются характерными чертами исследуемого жанра.

Мы переходим к третьему компоненту гибрида, которым есть реалити-шоу “Дом-2” - это телевизионные развлекательные программы. Развлекательность - основная ориентация массовой культуры. Реалити-шоу использует все мас-культные методы борьбы за потребителя, беря их у ток-шоу, игровых и спортивных программ. Акцент натом, чтобы *сознаться* известен зрителям со старогго телевизионного жанра - ток-шоу. Именно непринужденный разговор ведущего-журналиста сначала с известными людьми, а

---

<sup>27</sup> Зверева В. *Теленовости: в формате сериала*// <http://www.kinoart.ru/magazine/08-2008/media/zvereva08080808/>

потом, с ростом популярности жанра, и с «простыми» давало зрителям возможность «ближе познакомиться» со своими идолами - кинозвездами, спортсменами и политиками. популярность лучшего представителя этого жанра - шоу Опры Уинфри (*The Oprah Winfrey show*, NBC, 1984- ) базируется именно на “дружеской” беседе-признании сначала бедной и неудачной чернокожей женщины, а потом - богатой, стильной и всемирно известной звезд Опры со “звездами”. Напряжение между развлекательными императивами в телепрограммах и использование личных историй в публичном обсуждении являются такими же очевидными и в реалити-шоу»<sup>28</sup>, - говорит Аннет Хилл. “Дом-2” определяет свою общественную пользу, проводя акции «Дом-2 против наркотиков» и публикуя социальные исследования, которые подчеркивают его «позитивное» влияние на молодежь<sup>29</sup>.

Игровые шоу вносят в жанр реалити-шоу конкуренцию между участниками, необходимость бороться за право дальнейшего участия, тем самым “убирая” других игроков. Результатом этой борьбы является акцентирование на ценности пребывания в пределах шоу, где возможность быть изгнанным подается как предмет коллективного страха участников.

Спортивные шоу, как и реалити, балансируют на грани новостей и развлечений, их трансляция в прямом эфире, а также напряжение, которое они производят благодаря спекуляциям на страсти к противостоянию, переходят в технологический развлекательный аппарат приемов телевидения. Исследователи критических теорий массмедиа Тейлор и Гаррис указывают на две особенности, которые касаются влияния “банального” телевидения (Banality TV), к которому они причисляют и реалити-шоу, на

---

<sup>28</sup> Hill, A. (2005) *Reality TV: Audiences and popular factual television*. London; New York: Routledge, 21.

<sup>29</sup> Волошина М. «Дом-2» смотрят люди образованные и неженатые. Комсомольская правда, 4мая2006г.//[http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskiiarkhiv/item/single/2590.html?no\\_cache=1&cHash=4875abc818](http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskiiarkhiv/item/single/2590.html?no_cache=1&cHash=4875abc818)

его аудиторию: “зачарованность”, которую они вызывают, является тупой, сродни маклюеновскому наркозу и бенъяминовским надеждам на расширение возможностей (hopes of empowerment). “[...] В Banality TV неограниченные и непредвиденные последствия вычерчиваются из кльтуры комбинированными эффектами тупого наркотического опьянения экраном и догматической (formulaic) природой его содержания»<sup>30</sup>. “Банальность несимволического медиа контекста просачивается в сферы общественной жизни, традиционно отданных более существенным символическим культурным практикам. Критический отпор с возрастающей силой заменяется на некритическое включение в реалити-ТВ как общезначимую и нормализующую рамку»<sup>31</sup>.

Тут мы вплотную подходим к вопросу “реальности” реалити-шоу. Остановимся на утверждении Джека Братича ,который доказывает, что этимология понятия “реальность” отсылает к традиции верховной власти: “Реальность укоренена не только в *rex*, но также и в отношении к королю и собственности короля. В своем отношении к *realty* (собственности), *reality* (реальность) получает значение фиксированной или неизменной собственности. *Reality*, *realty* и *royalty* (королевское величество) концептуально выделяются в матрице земли и власти»<sup>32</sup>. Такое этимологическое происхождение понятий свидетельствует про то, что “реальность” больше касается не правды или истинности, а влияния и власти над вещами. Именно потому с особенным подозрением следует относиться к дискурсам, которые претендуют на репрезентацию реальности. Определение идеологических структур в таком продукте массовой культуры , которым является реалити-шоу, главным образом зависит от исследовательской позиции касательно того, что же все-таки такое реалити-шоу: Джанатан Бигнел для определения этой позиции

---

<sup>30</sup> Taylor, P.A., Harris J. Ll. (2008) *Critical Theories of Mass-Media: Then and Now*. Berkshire: Open University Press, p. 157.

<sup>31</sup> Там же.

<sup>32</sup> Bratich, Jack Z. (2006) Nothing Is Left Alone for Too Long: Reality Programming and Control Society Subjects. *Journal of Communication Inquiry*, 30(1), 65-83.

вводит пару “окно” - “зеркало”<sup>33</sup>. Если считать базисной “документалистскую” основу шоу и сравнивать его с новостями и т.п., то в таком случае следует рассматривать его как “окно” и медиум, который репрезентирует внешний мир. Тогда оно функционирует как “точка доступа к общественному центру”<sup>34</sup>. Но если брать за точку отсчета критики его развлекательную функцию, тогда его можно охарактеризовывать как “зеркало” и исследовать, каким образом оно формирует домашнее пространство.

Прозрачность приемов реалити-телевидения и таблоидной журналистики обнажают схемы, за которыми работают журналисты “серьезных жанров” - в этом состоит позитивная черта популярных форматов. Именно наочность схем конструирования сюжетов и персонажей позволяет Лансу Беннету осознать, что журналисты сами конструируют кандидатов, которые участвуют в выборах в органы власти, исполняют активную роль в политических процессах и т.п.<sup>35</sup>

Эту же медиа-тенденцию описывает в России Вера Зверева: “В последние годы в российских информационных программах выросла роль масскультурных формул. Это связано с тем, что в условиях подчинения каналов держструктурам такие передачи транслируют в основном сообщения власти. А они часто подаются в форме информационных развлечений. Ради идеологической безопасности и «позитивности» еще сильнее осуществляется опора на цитаты из «нашего старого кино» и популярной литературы как на объясняющие конструкции, которые подразумевают не столько рефлексивное, сколько эмоциональное восприятие»<sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> См.. Bignell, J. (2005) *Big Brother. Reality TV in the 21<sup>st</sup> century*. Basingstoke: PALGRAVE MACMILLAN, 175.

<sup>34</sup> Couldry, N. (2003) *Media Rituals: A Critical Approach*. London, New York: Routledge, p. 2.

<sup>35</sup> Bennet, L. (2005) Beyond Pseudoevents: Election News as Reality TV. *American Behavioral Scientist*, 49(3): 364-78.

<sup>36</sup> Зверева В. *Теленовости: в формате сериала*// <http://www.kinoart.ru/magazine/08-2008/media/zvereva08080808/>

