

*кандидат педагогічних наук,
доцент,
доцент кафедри перекладу та
мовознавства
Міжнародного гуманітарного
університету*

РЕАЛІТИ-ШОУ ЯК ОСОБЛИВИЙ ЖАНР ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

Незважаючи на наявність широкого розмаїття жанрів телевізійного дискурсу, телевізійні експерти та критики зазначають, що через появу в другій половині ХХ ст. нових технологій на ринку міжнародних форматів нині популярність ток-шоу, теледебатів, світських хронік помітно знижується, натомість стрімко зростає інтерес до нового, революційного жанру телебачення – реаліті-шоу, пік розвитку якого на заході припадає на 1990-і рр., а в нашій країні – на середину 2000-х рр. Цей факт за останній час зумовив появу низки наукових досліджень, присвячених реаліті-шоу, які являють собою основу ефірного мовлення, а огляд наукової літератури дає змогу стверджувати про різноаспектність дослідження реаліті-шоу.

Так, розгляд реаліті-шоу з позиції загальнонаукової методології пізнання та типології як професійного методу складних соціально-комунікативних явищ дав змогу Є. Гуцалу встановити соціокультурну й журналістську природу реаліті-шоу, систематизувати його типи, провести порівняльний аналіз східної та західної аудиторії, а також виявити тенденції щодо розвитку цього типу мовлення. На особливу увагу заслуговує загальна типологія реаліті-шоу з позиції системного підходу, новизна якої порівняно з існуючими типологіями полягає в комплексному розгляді феномена реального телебачення з позиції використання технічних засобів. У роботі Є. Гуцал пропонує класифікувати реаліті-шоу за типом знімання на такі види: 1) приховане (з використанням прихованої камери); 2) документальне (документальне спостереження); 3) фрагментарне (фрагментарна жива камера в студійній програмі); 4) студійне (повністю відзняті в студії шоу) [4, с. 14].

Культурологічний аналіз реаліті-шоу дав змогу С. Жукову визначити основні методологічні аспекти його вивчення та розкрити механізми поширення й соціальні функції в сучасному суспільстві. Автор зазначає, що реаліті-шоу в соціокультурному просторі масової культури складається з безперервного потоку емоційно й духовно насичених аудіовізуальних образів, які чинять великий вплив на аудиторію на рівні підсвідомості. На переконання С. Жукова, реаліті-шоу є не інструментом зміни суспільства, а навпаки, відображенням певних змін у суспільстві. Однією з головних причин популярності реаліті-шоу є вичерпаність старих героїв, старих сюжетів, старих форматів [5].

Комунікативно-прагматичному опису мовленнєвої поведінки учасників реаліті-шоу в конфліктних і кооперативних ситуаціях мовлення присвячено дослідження Г. Ланських, мовленнєвим матеріалом якого стало текстове розшифрування відеозаписів реаліті-шоу «Великий брат», «За склом», «Дом-2». За визначенням дослідника, реаліті-шоу – це новий для телебачення розважальний жанр, побудований на цілодобовій відеозйомці буденного життя учасників програм, якими найчастіше стають молоді люди у віці від 18 до 30 років; специфіку ситуації реаліті-шоу складає практична мотивація «виграш». Однак вирішальними під час визначення переможця є голоси телеглядачів, тому, на думку автора, необхідність орієнтуватись на «аудиторію мовчазних спостерігачів» пояснює підвищену стратегічність мовленнєвої поведінки учасників реаліті-шоу: моделі комунікації, характерні для природного спілкування, знаходять у поведінці гравців гранично рельєфне, загострене втілення [6, с. 3].

Специфіку мовної особистості учасників реаліті-шоу «Дом-2», яка виявляється шляхом створення фрагментів конкретних мовних портретів, що будуються на основі загального аналізу синтаксичного ладу мови та якісно-кількісного аналізу конструкцій експресивного синтаксису, уперше досліддила Н. Щитова. Як зазначає науковець, специфіка мовної особистості проявляється на всіх мовних рівнях, проте найбільш яскраво – на рівні синтаксису, який безпосередньо пов'язаний із процесами мислення й комунікації. Саме тому синтаксична будова мовлення учасників реаліті-шоу характеризується як спрощена: у ній прості речення переважають над складними; у структурі простого речення превалюють однорідні члени речення, вставні компоненти; звертання виконують «кличну» функцію, проте можуть нести й певне емоційне навантаження [9, с. 6, 9].

Серед складних конструкцій провідну роль відіграють складнопідрядні речення з підрядними додатковими та означальними.

У синтаксисі розмовних текстів учасників реаліті-шоу «Дом-2» реалізуються такі властивості, як експресивність, оцінність, прагнення до економії мовних засобів, непередбаченість, яка проявляється в частому вживанні неповних, бесособових, спонукальних речень, у вільному порядку слів, вживанні вступних, вставних, сегментованих, парцельованих конструкцій. З позиції прагмалінгвістики експресивні синтаксичні конструкції пов'язані з усіма компонентами мовного акту, які є не тільки засобом вираження позиції мовця, а й потужним засобом впливу на адресата мовлення з метою досягнення перлокутивного ефекту [9, с. 9].

Як справедливо зазначає М. Липовецький, група, яка об'єднує учасників телепроекту, характеризується такими рисами: функціонуванням у штучному середовищі, схожому на справжнє, у певному просторі, у якому здійснюється безпосереднє спілкування; відсутністю впливу з боку творців проекту, учасники самі придумують його, тобто ніхто не вчить чужі слова, адже немає «реальних інсценівок». М. Липовецький підкреслює, що

реаліті-шоу – «це спроба вийти за межі симуляції, спроба відчутти реальність як таку, нехай в експериментально збудованих декораціях, проте насправді» [7].

Цієї ж думки дотримується С. Жуков, який зазначає: «Людина (учасник реаліті-шоу – О. Р.) через два-три дні перестає помічати, що за нею стежить камера. Вона підставляється, вона виявляється не завжди розумною, не завжди гарною, не завжди охайною» [5].

Однак, незважаючи на чималу кількість робіт, присвячених дослідженню реаліті-шоу, єдиного визначення цього терміна досі немає. Як зауважує А. Абраменко, розуміння природи реаліті-шоу закладене в його назві: реаліті (від англ. *real* – реальність, справжність) – дія, що відбувається за незапланованим сценарієм, що показує дійсність, розкриває характер персонажів, які у свою чергу є «простими людьми з вулиці», а не дипломованими акторами; шоу (від англ. *to show* – зображувати, показувати) – невід’ємний елемент розважального телепрограмування [1, с. 34–37].

Спираючись на вищезазначену класифікацію типів і підтипів дискурсу за позицією українських науковців І. Шевченко та О. Морозової [8, с. 158–159], охарактеризуємо такий жанр телевізійного дискурсу, як реаліті-шоу, за формальним, функціональним і змістовим критеріями. Отже, реаліті-шоу за критерієм форми дискурсу є усним; за ознакою форми – діалогічним; за протиставленням спілкування, зорієнтованого на індивіда або на його статусну роль (адресатний критерій) – особистісним (побутовим); за умовою різних загальних установок, комунікативних принципів – аргументативним (переговори, обмін думками), конфліктним (скандал, сварка, бійка тощо) і гармонійним; за окремими властивостями адресанта та адресата – дискурсом певних комунікантів (жіночий і чоловічий); за соціально-професіональним критерієм можна говорити про дискурси танцюристів, співаків, кулінарів, робітників fashion-індустрії тощо; за функціональним та інформативним складниками реаліті-шоу є фатичним; за метою реалізації тих чи інших функцій мовлення – емотивним, оцінним, директивним тощо.

Порівняльний аналіз найтипівіших жанрів, а саме ток-шоу та ігрового шоу, дав змогу виділити дискурсивні особливості реаліті-шоу серед інших жанрів телевізійного дискурсу (див. табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз дискурсивних особливостей найтипівіших жанрів телевізійного дискурсу

№ з/п	Дискурсивні особливості	Ток-шоу	Ігрове шоу	Реаліті-шоу
За участю (роллю) телеведучого шоу:				
1	Концентрація навколо особистості телеведучого	+	+	-
2	Наявність усних транспозиційних форм (в основі мовлення телеведучих (героїв) лежить письмова форма – сценарій)	+	+	-
3	Індивідуальні особливості телеведучого, його популярність	+	+	-
За участю (роллю) учасників телешоу				
1	Цілодобова зйомка буденного життя учасників шоу	-	-	+
2	Наявність переможця, якого визначають телеглядачі або головний герой шоу	-	-	+
3	Створення екстремальних умов для виживання учасників (безлюдний острів, не-знайоме місце)	-	-	+
За участю (роллю) глядачів телешоу				
1	Присутність запрошених гостей	+	+	-
2	Залучення глядача до участі (смс-голосування, дзвінки в студію, участь у конкурсах)	+	+	-
3	Маніпулювання свідомістю глядачів	+	+	-
4	Присутність глядачів у студії	+	+	-
5	Присутність компетентних експертів у студії	+	+	-
За віком глядацької аудиторії				
1	Молодь і люди середнього віку	+	+	+
2	Старші 55 років	+	+	-
За способом реалізації шоу				
1	Креативність способу реалізації змісту програми	-	-	+
2	Тематична різноплановість шоу	+	-	+
3	Наявність елементів розмовного стилю мовлення	+	+	+
4	Наявність елементів змагання	-	+	+
5	Інформативна функція мовлення	+	-	-
6	Композиційна структура (зачин – розвиток – кульмінація – розв’язка)	+	+	+
7	Видовищність програми	-	-	+
8	Наявність спеціальної кімнати зізнань, у якій учасники наодинці виявляють свої емоції, озвучують власні міркування щодо номінацій	-	-	+
За типом знімання				
1	Документальне (документальне спостереження)	-	-	+
2	Фрагментарне (фрагментарна жива камера в студійній програмі)	+	-	-
3	Студійне (повністю відзняті в студії шоу)	+	-	-
4	Приховане (з використанням прихованої камери)	-	-	+

Аналіз дискурсивних особливостей трьох жанрів телевізійного дискурсу, які є одноплановими за тематичною, структурно-композиційною та стилістичною ознаками, свідчить про те, що реаліті-шоу значно відрізняється від ігрового шоу й ток-шоу (див. табл. 1). Зіставлення проводилося за такими дискурсивними ознаками: участю (роллю) телеведучого шоу, участю (роллю) учасників телешоу, віком глядацької аудиторії, способом реалізації шоу, типом знімання.

За участю (роллю) телеведучого реаліті-шоу протистоїть ток-шоу та ігровому шоу (див. табл. 1), тобто роль телеведучого повністю нівелюється в реаліті-шоу. На першому плані виступають власне учасники реаліті-шоу, про що свідчить ознака «за участю учасників шоу» (див. табл. 1).

Роль глядачів реаліті-шоу, як і ведучого, не є характерною рисою цього шоу (див. табл. 1).

Згідно зі статистичними результатами опитування для реаліті-шоу характерні глядачі підліткового й середнього віку, тоді як для ток-шоу та ігрового шоу вік глядацької аудиторії не обмежений (див. табл. 1).

За способом реалізації реаліті-шоу значно відрізняється від інших зазначених шоу за такими ознаками: креативністю способу реалізації змісту програми, тематичною різноплановістю, наявністю елемента змагання, видовищністю програми, наявністю спеціальної кімнати зізнань, у якій учасники наодинці виявляють свої емоції, озвучують власні міркування щодо номінацій (відповідно до зазначених відміток у таблиці 1).

Відповідно до типу знімання реаліті-шоу характеризується документальним (тобто цілодобовою зйомкою учасників) і прихованим спостереженням (з використанням прихованої камери), натомість зйомки ток-шоу та ігрового шоу відбуваються безпосередньо в студії (див. табл. 1).

Незважаючи на те, що всі реаліті-шоу мають таку спільну ознаку, як спостереження за героями в реальному часі, вони все-таки диференціюються за певними концептуальними ознаками, які становлять основу класифікації реаліті-шоу.

Так, С. Акінфієв залежно від специфіки психоемоційних і ціннісних підстав виділяє чотири групи реаліті-шоу:

1) програми, які експлуатують людські інстинкти й емоції та побудовані за принципом «відносини – конкурс – вигнання». Метою є не стільки перемога учасника в конкретному змаганні або в проекті загалом, скільки перевірка його вміння «вижити», уміння побудувати відносини з іншими персонажами впродовж усього циклу передач (наприклад, «Останній герой», «Дом-2», «За склом»);

2) шоу, засновані на самореалізації учасників, причому ймовірність перемоги героя залежить не стільки від його соціального чуття, скільки від його вмінь. Відносини, хоч і є важливим складником проекту, відходять на другий план (наприклад, «Голод»);

3) проекти, персонажі яких не живуть разом і не ізольовані від суспільства. Суть передачі полягає не в розвитку взаємин між ними, а саме у виявленні абсолютного переможця у своїй сфері, яким може бути окрема людина (наприклад, «Битва екстрасенсів»);

4) хроніки, де камера просто фіксує те, що відбувається залежно від авторського задуму. При цьому немає учасників, які змагаються один з одним, а тимчасові й територіальні межі визначаються лише головним героєм, іноді єдиним, який у низці випадків є водночас ведучим. Хроніки діляться на три види: а) камера слідкує за зіркою шоу-бізнесу, записуючи всі моменти її життя («Блондинка в шоколаді»); б) камера фіксує всі моменти життя зірки, яка випробує себе в незвичній професії впродовж певного часу («Зірки на льоду»); в) передачі, що використовують зйомки прихованою камерою («Розіграш») [2, с. 7–10].

Схожу класифікацію подає А. Абраменко, яка виділяє такі типи реаліті-шоу:

1) шоу підглядання, у якому задовольняється притаманна абсолютній більшості населення Землі пристрасть підглядання. Учасники такого шоу повинні бути цікаві за різними критеріями (приваблива зовнішність, безпосередність, уміння легко триматись перед камерою). Необхідно, щоб у характері людини були присутні риси здорового нарцисизму, з одного боку, і частка здорової істероїдності – з іншого. Коли в людини ці якості не переходять у хворобливий стан, вона здатна зіграти, справити враження, привернути до себе увагу. Таким людям властивий демонстративний прояв своїх емоцій. Також важливим є вміння критично оцінювати реальність, тобто себе та свої можливості. Учасники шоу підглядання – це різні, проте водночас типові для суспільства характери. Тим самим кожен глядач має можливість знайти на екрані щось близьке й цікаве особисто йому. Прикладами шоу підглядання є «Великий брат», «За склом», «Голод»;

2) шоу на виживання, у межах якого учасників поміщають у нестерпні для життя умови та пропонують битися за перемогу до кінця. У цьому разі одним із найважливіших критеріїв відбору стають надійність і відповідальність учасника, його готовність виконувати запропоновані організаторами шоу вимоги. Такими шоу є «Survivor» (Швеція), «Alive» (США) та «Останній герой» (Україна);

3) шоу профі, яке, крім розважальної функції, несе в собі практичну вигоду як для глядачів, так і для учасників. У межах шоу профі гравці освоюють досі не знайоме ремесло, підвищують професійний рівень, а глядач спостерігає за самим процесом або набирається практичних знань. Приклад такого шоу – «Фабрика зірок», що являє собою процес вирощування естрадних артистів у реальному часі;

4) квест (від англ. *quest* – пошук) – шоу-пригода, детективна історія, головоломка, пошук нестандартних рішень. Учасники поміщені в незвичайні умови існування та, будучи супроводжувані численними камерами, долають фізичні й інтелектуальні перешкоди. У межах квесту учасники – це індивідуальності з яскраво вираженою тенденцією до лідерства, високим рівнем IQ, здатні на моментальну реакцію та швидке прийняття рішень [1].

За тематичним складником І. Гаврилюк виділяє такі різновиди реаліті-шоу:

- *кулінарні*: «Пекельна кухня» («1+1»), «МастерШеф» («СТБ»);
- *музичні*: «Фабрика зірок» («Новий канал»), «Голос країни» («1+1»), «Х-фактор» («СТБ») тощо;
- *танцювальні*: «Майдан's» («Інтер»), «Танцюють всі» («СТБ») тощо;
- *шоу краси* (інтелекту, фізичної досконалості): «Краса по-українськи» («1+1»), «Королева балу» («ТЕТ»)

тощо;

- *шоу талантів* (а також надприродних здібностей): «Україна має талант» («СТБ»), «Битва екстрасенсів» («СТБ») тощо;

- *шоу весільних баталій*: «Чотири весілля» («1+1»), «Весільні битви» («СТБ»);

- *соціальні*: «Суперняня» («1+1»), «Кохана, ми вбиваємо дітей» («СТБ») тощо;

- *психологічні* (змін, перевтілень): «Оголена красуня» («Україна»), «Лялечка» («ТЕТ») тощо;

- *дейтинг-шоу*: «Холостячки» («1+1»), «Холостяк» («СТБ»), «Хто хоче заміж за мого сина?» («Україна»)

тощо [3, с. 95].

Як справедливо зазначає дослідник, контент-аналіз довів, що за тематичною спрямованістю вищезазначені типологічні групи представлені на телебаченні майже ідентично, проте все-таки перевага надається саме дейтинг-шоу [3, с. 96].

Отже, з огляду на актуальність проаналізованого матеріалу та незначну кількість наукових робіт, присвячених зазначеній тематиці, вважаємо за доцільне подальше дослідження такого різновиду досить новітнього жанру телевізійного дискурсу реаліті-шоу, як дейтинг-шоу.

Література:

1. Абраменко А. Жанр реалити и его особенности на российском телевидении. Acta Diurna. 2008. № 1. URL: http://www.psujour.narod.ru/vesnik/vyp_1/abr_real.htm (дата звернення: 10.12.2017).
2. Акинфиев С. Жанровая структура русского развлекательного телевидения: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.01.10. М., 2008. 18 с.
3. Гаврилюк І. Реаліті-шоу на українському телебаченні: різновиди, типологічні пріоритети, особливості функціонування. Журналістика. 2013. Вип. 12(37). С. 90–98.
4. Гуцал Е. Реалити-шоу на современном российском телевидении: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.01.10. Екатеринбург, 2008. 18 с.
5. Жуков С. Реалити-шоу в социокультурном пространстве массовой культуры: дисс. ... канд. культурологии: спец. 24.00.01. Краснодар, 2009. URL: <http://cheloveknauka.com/realiti-shou-v-sotsiokulturnom-prostranstve-massovoy-kultury> (дата звернення: 10.12.2017).
6. Ланских А. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01. Екатеринбург, 2008. 22 с.
7. Липовецький М. Reality show. Мистецтво кіно. 2001. № 4. URL: <http://kinoart.ru/archive/2001/04/n4-article9> (дата звернення: 10.12.2017).
8. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія / за заг. ред. І. Шевченко. Харків: Константа, 2005. 356 с.
9. Щитова Н. Общение в малой социальной группе: на материале анализа речи участников реалити-шоу «Дом-2»: дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01. Таганрог, 2007. URL: <http://www.dissercat.com/content/obshchenie-v-maloi-sotsialnoi-gruppe-na-materiale-analiza-rechi-uchastnikov-realiti-shou-dom#ixzz54YeKNJqY> (дата звернення: 10.12.2017).

Анотація

О. РОМАНИЮК. РЕАЛІТІ-ШОУ ЯК ОСОБЛИВИЙ ЖАНР ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

У статті проаналізовано різноманітні підходи до визначення реаліті-шоу. Охарактеризовано такий жанр телевізійного дискурсу, як реаліті-шоу, за формальним, функціональним і змістовим критеріями. Проведено порівняльний аналіз найтипівших жанрів (ток-шоу, ігрове шоу), що дав змогу виділити дискурсивні особливості реаліті-шоу серед інших жанрів телевізійного дискурсу. Досліджено диференціацію класифікацій реаліті-шоу за певними концептуальними ознаками, за тематичним складником, за специфікою психоемоційних і ціннісних підстав.

Ключові слова: телевізійний дискурс, реаліті-шоу, дискурсивні особливості.

Аннотация

А. РОМАНИЮК. РЕАЛИТИ-ШОУ КАК ОСОБЫЙ ЖАНР ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДИСКУРСА

В статье проанализированы различные подходы к определению реалити-шоу. Охарактеризован такой жанр телевизионного дискурса, как реалити-шоу, по формальному, функциональному и содержательному критериям. Проведен сравнительный анализ типичных жанров (ток-шоу, игровое шоу), который позволил выделить дискурсивные особенности реалити-шоу среди других жанров телевизионного дискурса. Исследована дифференциация классификаций реалити-шоу по определенным концептуальным признакам, по тематической составляющей, по специфике психоэмоциональных и ценностных оснований.

Ключевые слова: телевизионный дискурс, реалити-шоу, дискурсивные особенности.

Summary

O. ROMANIUK. REALITY SHOW AS A SPECIAL GENRE OF TELEVISION DISCOURSE

The article presents the analysis of the various approaches to the reality show definition. The reality show as a genre of television discourse is described according to formal, functional and informative criteria. A comparative analysis of the most typical genres, namely (talk shows, game shows), was conducted, which allowed to highlight the discursive features of the reality shows among the other genres of the television discourse. The differentiation of the reality show classifications according to the certain conceptual features, the thematic component, the psycho-emotional and value specification bases was investigated.

Key words: television discourse, reality show, discursive features.