

https://doi.org/10.31516/2410-5325.070.03

УДК 792.78.097(477)(045)

В. В. Жуков, аспірант, кафедра культурології, Харківська державна академія культури, м. Харків

etovlad111@gmail.com

https://orcid.org/0000-0001-5968-2534

ДРАМАТУРГІЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІТІ-ШОУ¹

Досліджено проблему драматургічних засобів виразності в сучасних реаліті-шоу. Класифіковано та описано драматургічні засоби екранної виразності реаліті-шоу. Використано наступні загальнотеоретичні методи: метод структурно-функціонального аналізу та типологізації, який дозволив виявити основні типи реаліті-шоу за певними ознаками та визначити їх драматургічну функціональність; метод систематизації, завдяки якому драматургічні засоби виразності досліджувались як певна система. Висвітлено реаліті-шоу як новітню жанроформу, надано характеристику груп драматургічних засобів виразності, які використовуються в реаліті-шоу. Розглянуто змістовно-драматургічну конструкцію реаліті-шоу на українському телебаченні, яка осмислюється у висновках статті в контексті національної архетипіки; виявлено ключові елементи структури оповідності українських реаліті-шоу, особливості формування типології героя/персонажа реаліті-шоу. Проаналізовано відповідні драматургічні засоби виразності, що дозволило визначити нюанси драматургічної адаптації реаліті-шоу на українському телебаченні. Акцентовано на мистецтвознавчому та формотворчому аспектах реаліті-шоу як на новітній морфологічній ланці в морфогенезі телевізійного простору.

Ключові слова: культурологія, мистецтвознавство, телевізійний простір, аудіовізуальне мистецтво, драматургічні засоби виразності, реаліті-шоу.

V. V. Zhukov, postgraduate student, Department of Cultural Studies, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

DRAMATURGICAL EXPRESSIVE MEANS OF MODERN UKRAINIAN REALITY SHOWS

The aim of the study is to classify and describe the dramaturgical expressive means of modern Ukrainian reality shows.

The research methodology is based on culturological and art history research of contemporary culture.

The results obtained show the key elements of the narrative structure of Ukrainian reality shows, the features of the formation of the typology of the hero / character of the reality show. The author identifies the types of reality shows in the Ukrainian media space, providing the main characteristic features of the dramaturgical expressive means of modern Ukrainian reality shows and it is proved that all the studied complex of such a new genre form of the television

1 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

system as a reality show distinguishes it from already existing morphological formations.

The novelty of the research consists in defining the art history and formative aspects of reality show as a new morphological link in the morphogenesis of television space, defining the nuances of the dramaturgical adaptation of reality show on Ukrainian television.

The practical significance lies in the comprehension of reality shows in the context of the national architecture.

Keywords: *culturology, art criticism, audiovisual art, dramaturgical expressive means, reality-shows.*

Постановка проблеми. Однією з найпопулярніших телевізійних жанроформ у сучасній культурі є реаліті-шоу. На пострадянському просторі воно виникло наприкінці 90-х — початку 2000-х рр. і нині активно формується як новітня жанроформа в морфогенезі аудіовізуальної культури. На сьогодні аудіовізуальна культура України та телевізійний простір зокрема переживають певні трансформації. Оскільки наша країна намагається порвати зі своїм колоніальним минулим, то віднаходження нових смислових та ціннісних комплексів надзвичайно важливо як для держави, так і для суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основуючись на досягненнях харківської школи культурології та мистецтвознавства (праці В. Шейка, А. Кравченка, О. Гаврюшенко (2006), К. Кислюка (2008) та ін.) й останніх публікаціях (праці А. Абраменко (Абраменко), З. Алфьорової (2013), А. Ковбасенко (Ковбасенко), С. Фрісбі (Frisby), О. Невмержицької (2006), Т. Пядишевої (2017) та ін.), які вивчали сферу аудіовізуального мистецтва в контексті дослідження драматургічних засобів виразності реаліті-шоу, проаналізовано ті інструменти, що містять змістовно-драматургічні конструкції сучасних реаліті-шоу. Останні розвідки пропонують кілька схем типологізації сучасних телевізійних реаліті-шоу. Так, типологічна схема С. Фрісбі пропонує розподілити реаліті-шоу за трьома типами: ігрові шоу; дейтінг-шоу та талант-шоу (Frisby). Таким чином, виникає запитання: за яким основним критерієм вибудовується ця типологічна схема? Аналізуючи публіцистичні телевізійні дійства як такі, З. Алфьорова звертає увагу на їх комунікаційні ознаки, виокремлюючи так звані «монологічні телевізійні публіцистичні дійства» та «діалогічні телевізійні публіцистичні дійства». Монологічні телевізійні публіцистичні дійства — мономорфний тип дійств на телебаченні, тобто дійства, у яких застосовується одне або кілька однотипних засобів виразності. Діалогічні телевізійні публіцистичні дійства — це поліморфний тип дійств, у яких застосовується кілька різнотипних засобів виразності та забезпечується діалог між діючими особами (Алфьорова, 2011).

Проаналізувавши розвиток телебачення як оповідність екранних творів з самого початку і до сучасності, можна звернути увагу на ускладнення структур оповідності, з одного боку, та, з іншого, — на суттєве спрощення змістовно-смыслового наповнення такої оповідності. Із цим аспектом зазначеної проблеми тісно пов'язані виявлення універсальних культурних архетипів у наборі персонажів світових реаліті-шоу та фіксація національної архетипіки в реаліті-шоу на українському телебаченні. На жаль, саме цей аспект у фаховій літературі практично не розглянуто.

Отже, підсумовуючи аналіз досліджень, можна зазначити, що, попри доволі вагомий комплекс фахової культурологічної та мистецтвознавчої літератури, існують суттєві лакуни в дослідженні як типології, так і драматургічних засобів виразності сучасних реаліті-шоу. В українському мистецтвознавстві осмислення означеної проблеми практично відсутнє.

Мета статті — класифікувати та описати драматургічні засоби екранної виразності реаліті-шоу. Методологія дослідження базується на культурологічних і мистецтвознавчих засадах дослідження сучасної культури та на вивченні стратегій оповідності та драматургічних засобів екранної виразності реаліті-шоу на телебаченні.

Проаналізувавши наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, можна запропонувати типологізацію реаліті-шоу на українському телебаченні за:

- змістовно-драматургічною конструкцією реаліті-шоу на українському телебаченні в контексті національної архетипіки;
- типологією героя реаліті-шоу на українському телебаченні;
- структурою сценарію реаліті-шоу;
- структурою оповідності реаліті-шоу;
- нюансами драматургічної адаптації реаліті-шоу на українському телебаченні.

Змістовно-драматургічна конструкція реаліті-шоу формується за принципами як класичної екранної драматургії, так і посткласичної, одночасно. Така гібридна природа цієї жанроформи зумовлена як часом її появи на телебаченні, так і тими змістами, що містяться в ній. З одного боку, як екранна художня форма, «реальне дійство» (реаліті-шоу) формується в результаті необхідності мати класичні драматургічні елементи: фабулу, сюжет, конфлікт та композицію. Водночас посткласична подієва природа реаліті-шоу потребує «розриву» цієї класичної лінійної оповідності і вводить в неї елементи непередбачуваності, нелінійності та певної постмодерної фрагментарності. Долучення таких елементів забезпечує психологічне напруження та незавершеність оповідності

для глядачів, які емоційно «підтримують» реалізацію багатосерійності реаліті-шоу як жанру нової морфологічної ланки, гібридної жанроформи, що об'єднує телевізійну публіцистику як жанр із жанром «постановчого дійства», який є похідним від жанру телевізійного серіалу, водночас у сучасних реаліті-шоу можна віднайти елементи класичних видів: драми, трагедії, комедії.

Ознайомившись з ефірною сіткою основних українських телеканалів (СТБ, Україна, 1+1, Новий тощо), можна виснувати, що в українському телевізійному просторі популярні три групи реаліті-шоу: соціальні, змагальні та змішані. До соціальної групи належать сімейні, медичні, мейк-овер, проблемні (особисте життя) шоу, шоу соціального контролю та розслідування тощо. Шоу-змагання охоплюють усі шоу, у яких є елементи змагання між учасниками або групами на будь-яку тематику. До змішаних належать реаліті-шоу, у яких простежуються ознаки перших двох груп (наприклад, «Зважені та щасливі» — перевтілення, медицина та змагання). У цій групі — також реаліті-шоу з елементами ток-шоу, з використанням виїзних зйомок, які обговорюються в студії («Страсти по ревизору»).

Безумовно, жанрове спрямування, належність реаліті-шоу до певної групи впливає на формування конфлікту в конкретній драматургічній конструкції. Сценарист і режисер продумують все, що відбуватиметься з героєм: конкурси, спокуси, конфлікти-«лайв». Лайв — це відмінна ознака реаліті-шоу, фактично реаліті-шоу — це аудіо-візуальний ряд найцікавіших лайвів з умонтованими в нього коментарями учасників цих лайвів, у послідовності, визначеній законами архітектоники екранного твору, оформлений графічно і музично-звуковими ефектами. Таким чином, поєднання класичних елементів оповідності з посткласичними формує, як правило, «відкриті» конфлікти в гібридній драматургічній конструкції реаліті-шоу. Основуючись на критерії «розвитку історії» в реаліті-шоу, слід ґрунтовніше проаналізувати методи подання матеріалу. Завдяки ним створюється екранний образ героїв/персонажів, просувається дія, здійснюється вплив на глядача. Екранний образ реаліті-шоу має кілька рівнів подання:

1. Умовно реальний — подається без «купюр», певною «нарізкою» найцікавіших моментів;
2. Монтажний — подається в монтажі, із закадровим текстом, написаними, музичним та графічно-дизайнерським оформленням;
3. Споживчий — виникає з монтажного і є резюмуючим для всього шоу. Поділяється на творчу й продюсерську частини. У творчій частині глядачі отримують інформацію про зміст, ідею, підбивають підсумки про добро і зло, радіють фіналу. У продюсерській частині

глядачі отримують інформацію про спонсорів реаліті-шоу, проакт-плейсмент.

Ці рівні подання наглядно демонструють, що драматургічні та режисерські засоби художньої виразності тісно пов'язані один з одним, доповнюють одне одного.

Типологія героя реаліті-шоу на українському телебаченні. Фігура героя/персонажа реаліті-шоу є центральною для формування його смислової та драматургічної конструкції. Постмодерна природа телевізійних дійств свідомо відходить від епічно-драматичних архетипів, переважно орієнтуючись на архетипи невизначені, профанні: перевертень, спільник, блазень. Сучасні українські реаліті-шоу змінюють структуру образної системи — зменшується, так би мовити, відстань між головними і другорядними персонажами. Концентрація уваги на головному герої змінюється детальним зображенням різних типажів. Сучасне мистецтво активно впроваджує ідею, що головним може бути кожен і водночас ніхто. Зміна ракурсу, перспективи, ефекти віддалення і наближення, переноси акцентів — усе це стає найпоширенішими художніми прийомами, а поліцентризм — однією з провідних тенденцій постмодерністського дискурсу (Сізова, Трансформації опозиції «Головний герої — другорядні персонажі»). Із позбавлених індивідуальності виконавців другорядні персонажі перетворюються на повнокровні характери. Часто в реаліті-шоу складно виокремити головного героя, центральними можуть бути одна, дві, три особи, навіть група людей.

Структура сценарію реаліті-шоу — це основний інструмент, за допомогою якого сценарист може розповісти історію персонажа/героя, визначити шляхи його становлення, описати перипетії тощо. Види структур сценарію реаліті-шоу, які наводяться нижче, запозичені з кінодраматургії, оскільки як і хронометраж, так і побудова епізодів практично повністю збігаються з класичною кінодраматургією, однак зі своїми нюансами. К. Міямото, сценарний рідер і аналітик компанії «Sony Pictures», виокремлює 10 структур сценаріїв для кіно, проте для реаліті-шоу підходять лише чотири наведені та описані ним види: структура прямої хронології (дія розвивається в прямій хронології від початку до кінця без реверсу і з мінімальною кількістю флешбеків); структура реального часу (можна представити як історію «без сценарію» в безперервній оповіді і реальному часі); структура фабула/сюжет (ця структура спочатку демонструє кінець історії, вона почала використовуватися в реаліті-шоу нещодавно); структура взаємозв'язків (схожа на фільми, які створені за структурою безлічі сюжетних ліній, але відмінність полягає в тому, що всі історії взаємопов'язані, взаємодіють і разом призводять до розв'язки) (Miyamoto, 2018).

Структура оповідності формується за змістом реаліті-шоу, які можуть категорично відрізнятися одне від одного, але мати характерні для реаліті-шоу ознаки: візитка (елемент шоу, де представляють учасника, який фігурує в окремій серії або протягом всього шоу); сцени (розвиток події поділений на окремі частини, у яких утворюються: «гачки», сюжетні повороти, кульмінація тощо); фінал — завершення окремої події (як частини реаліті-шоу) або реаліті-шоу загалом (Жуков, 2020). Структура оповідності реаліті-шоу формується типом темпо-ритмічної структури, типом конфлікту й фіналу. Практично всі сценарії реаліті-шоу написані методом монтажу різних сценарних жанрів. У цьому і полягає драматургічна специфіка сценарної драматургії реаліті-шоу.

Нюанси адаптації світових реаліті-шоу на українському телебаченні нині, насамперед, — це смислові акценти в тих меседжах, які надсилаються дійством. По-друге, формат реаліті-шоу адаптується в результаті репрезентації індивідуальних ознак головного героя/персонажа та його взаємодії з другорядними персонажами. По-третє, адаптація відбувається на рівні нюансування моделі поведінки персонажів як таких, по-четверте — під час сценарного втілення драматургічної конструкції, коли в тексти персонажів вводиться національна риторика, озвучуються етнічні звороти мови тощо.

Теоретичною основою для аналізу адаптації стала праця «відомого дослідника телеформатів» А. Морана (Moran, 2009), у якій детально досліджено процес культурної переробки форматів на трьох рівнях за допомогою моделі, запозиченої з теорії перекладу. Можна виокремити два принципово різних типи переробки телеформатів: *відкрита* та *закрита* адаптація (Нечушкина, 2014).

Таким чином, сам формат реаліті-шоу безпосередньо визначає необхідність вибору певного типу адаптації. Попри чіткі відмінності між *закритою* і *відкритою* адаптацією, на практиці робота над адаптацією під час виробництва багатопарова, що враховує соціальні цінності, ідеологічні фільтри, культурні установки й моральні вподобання місцевої громади.

Висновки. Під час аналізу основних типів реаліті-шоу в українському медійному просторі виявлено наступні групи: соціальні, змагальні та змішані.

Охарактеризовано основні драматургічні засоби художньої виразності реаліті-шоу і доведено, що існує певний взаємозв'язок між драматургічними та режисерськими засобами художньої виразності.

Визначено, що увесь досліджений комплекс драматургічних засобів художньої виразності такої новітньої жанроформи телевізійної системи, як реаліті-шоу, вирізняє її від вже наявних морфологічних утворень.

Отже, поєднання описаних у статті аспектів драматургічних засобів виразності сприятиме утворенню реаліті-шоу як новітньої жанроформи в українському телевізійному просторі.

Перспективи подальших досліджень полягають у необхідності звернутись до мистецтвознавчого аналізу конкретних реаліті-шоу на телевізійному просторі України.

Список посилань

- Абраменко, А. *Жанр реаліті і його особливості на російському телебаченні*. Восстановлено из http://www.pscjourn.narod.ru/vestnik/vyp_1/abr_real.htm.
- Алфьорова, З. (2011). Телевізійне дійство: типологія, жанрова і тематична асифікація. *Культура України*, 33.
- Алфьорова, З. (2013). Новітня онтологія телевізійного типу мислення (стаття перша). *Культура України*, 41.
- Гаврюшенко, О., Шейко, В., Кравченко, А. (2006). *190 Історія світової культури*. В. М. Шейко (Ред.). Київ: Кондор.
- Жуков, В. (2020). Культурні наслідки впливу реаліті-шоу на масову свідомість: формотворчий аспект. *Colloquium-journal*, 6 (58), 14–15. Варшава, Польща.
- Кислюк, К. В. (2008). *Історіософія в українській культурі: від концепту до концепції*. Харків: ХДАК.
- Ковбасенко, А. Класифікація реаліті-шоу: сучасний стан і перспективи. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 111-с.
- Невмержицька, О. (2006). *Розважальні програми центральних каналів телебачення України як чинник морального виховання підлітків*. (Автореф. дис. канд. пед. наук). 13.00.07. Херсон.
- Нечушкина, А. (2014). Особливості адаптації зарубіжних телеформатів для російського телевізійного ринку і її правові аспекти. *Електронний науковий журнал «Медіаскоп»*, 3. Восстановлено из <http://www.mediascope.ru/1558/>.
- Пядышева, Т. (2017). Методы влияния на общественное мнение. *Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки*. (Т. 3, вып. 4, 1–2). Тамбов.
- Сізова, К. *Трансформації опозиції «головний герой — другорядні персонажі»*. Відновлено з <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/55838/36-Sizova.pdf?sequence=1/>.
- Frisby, C. Getting Real with Reality TV. *Questia*. Retrieved from <https://www.questia.com/magazine/1G1-122163031/gettingreal-with-reality-tv>.
- Miyamoto, K. (2018). 10 Screenplay Structures That Screenwriters Can Use January. *Screencraft*. Retrieved from <https://screencraft.org/2018/01/16/10-screenplay-structures-that-screenwriters-can-use/>.
- Moran, A. (2009). Global franchising, local customizing: the cultural economy of TV program formats. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. London.

References

- Abramenko, A. *The reality genre and its features on Russian television*. Retrieved from http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp_1/abr_real.htm. [In Russian].
- Alforova, Z. (2011). Television action: typology, genre and thematic asification. *Kultura Ukrainy*, 33. [In Ukrainian].
- Alforova, Z. (2013). The latest ontology of television-type thinking (article first). *Kultura Ukrainy*, 41. [In Ukrainian].
- Frisby, C. Getting Real with Reality TV. *Questia*. Retrieved from <https://www.questia.com/magazine/1G1-122163031/gettingreal-with-reality-tv>. [In English].
- Havriushenko, O., Sheyko, V., Kravchenko, A. (2006). *I And 90 History of World Culture*. V. M. Sheiko (Ed.). Kyiv: Kondor. [In Ukrainian].
- Kovbasenko, A. Classification of reality shows: current status and prospects. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*. 111-s [In Ukrainian].
- Kysliuk, K. V. (2008). *Historiosophy in Ukrainian culture: from concept to concept*. Kharkiv: KhSAC. [In Ukrainian].
- Miyamoto, K. (2018). 10 Screenplay Structures That Screenwriters Can Use January. *Skreencraft*. Retrieved from <https://screencraft.org/2018/01/16/10-screenplay-structures-that-screenwriters-can-use/>. [In English].
- Moran, A. (2009). Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. London. [In English].
- Nechushkina, A. (2014). Features of adaptation of foreign teleformats for the Russian television market and its legal aspects. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal «Mediascope»*, 3. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/1558>. [In Russian].
- Nevmerzhytska, O. (2006). *Entertainment programs of the central television channels of Ukraine as a factor of moral education of teenagers*. (Thesis of Candidate's thesis of pedagogical science). 13.00.07. Herson. [In Ukrainian].
- Pyadysheva, T. (2017). Methods of influencing public opinion. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki*. (Vol. 3, Issue 4, p. 1–2). Tambov. [In Russian].
- Sizova, K. *Transformatsii opozytsii «Golovnyj geroi — drugorjadni personazhi*. Retrieved from <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/55838/36-Sizova.pdf?sequence=1>. [In English].
- Zhukov, V. (2020). Cultural consequences of the influence of reality shows on the mass consciousness: the formative aspect. *Colloquium-journal*, 6 (58), 14–15. Warsaw, Poland. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 09.09.2020 р.