

КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ ФОРМАТА РЕАЛИТИ-ШОУ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

И. В. Деева

Ростовский государственный экономический университет

Поступила в редакцию 4 мая 2024 г.

Аннотация: в статье на примере реалити-шоу, транслируемых на российском телеканале, исследуются критерии, признаки и формат данного жанра. Определяется с помощью метода описания, сравнения, экстраполяции данных, типологического, социологического и контент-анализа зависимость успешности реалити-шоу от запроса аудитории и жанрово-форматных характеристик передачи.

Ключевые слова: реалити-шоу, формат, инфотейнмент, критерии успешности, тип реалити, социальный эксперимент.

Abstract: using the example of reality shows broadcast on a Russian TV channel, the article examines the criteria, signs and format of this genre. The dependence of the success of a reality show on the audience's request and genre-format characteristics of the transmission is determined using the method of description, comparison, extrapolation of data, typological, sociological and content analysis.

Keywords: reality show, format, infotainment, success criteria, type of reality, social experiment.

Введение. Данное исследование феномена шоу на современном телевидении связано с пониманием игры, связанной с культурой, с человеческой природой как таковой [1–3].

История реалити-шоу началась в США, где в 1940-х гг. появились радиопередача «Скрытый микрофон» и телепрограмма «Скрытая камера». В России же первое реалити «За стеклом» зрители увидели в 2001 г. [4]. Еще Ги Дебор [5] и Н. Луман писали, что «можно говорить и о втором смысле реальности массмедиа, а именно, о смысле того, что для нее или благодаря ей для других выглядит как реальность. Если использовать кантовскую терминологию, массмедиа производят трансцендентальную иллюзию» [6, 11].

В 2023 г., по данным брендингового агентства Depot WP Sostav.Ru, вырос интерес женской аудитории к жанру реалити. Премьеры таких шоу как «Пацанки» (телеканал «Пятница!»), «Ждули», «Беременна в 16», «Беременна в 45» (телеканал «Ю») прошли с долей, значительно превышающей среднюю долю этих каналов. С сентября 2022 г. по октябрь 2023 г. доля просмотра реалити-шоу составила 4,0%. Это на 0,9% больше, чем на период с сентября 2021 г. по октябрь 2022 г. (3,1%) и на 1,2% больше, чем на период с сентября 2020 г. по октябрь 2021 г. (2,8%). Считается, что причиной популярности реалити-шоу является, во-первых, сама природа зрелищных медиа, формирующих особую реальность для зрителей под заданные цели, во-вторых, особый формат, грамотно формирующий эмоциональный

интерес зрителей [7].

Можно выделить разновидности реалити-шоу, связанные с выполнением рекреативной и познавательной функций: «образ жизни» или «домашнее переустройство» («Орел и решка», «Четыре свадьбы» и др.); «социальный эксперимент», специализирующийся на раскрытии личной жизни людей, акцентирующий взгляд общества на социальных проблемах («Беременна в 16», «Ждули» и др.).

Согласно Й. Хейзинге, игра, турнир — это состязание, но еще не спорт, ибо в нем много театральнойности [3, 172–174], и игра становится органичным элементом шоу. Реалити «Адская кухня», «Черный список» и др. формируются по типу *профессионального совершенствования*, состязания (прообраз таких реалити сформированы на американском ТВ в программах типа Ultimate Tag и других [8]). Реалити-шоу «Пацанки», организуется по типу «самосовершенствование/трансформация», где также силен компонент наигранности, театрализованности под заданные цели.

Существует несколько классификаций реалити: юридическое реалити, соревнование, социальный эксперимент, трансформация/самосовершенствование, путешествия, документальный фильм, программы знакомств, образ жизни [9–10]. Вслед за исследователями [9; 11], выделяющими в качестве признаков реалити-шоу человеческую личность, авторскую задачу и методы его работы (здесь учитывают личные истории и архивы участников, съемки скрытыми камерами, интервью с участниками, приемы адаптации шоу, создание эмоционально напряженных момен-

тов), в ходе предпринятого анализа были конкретизированы предыдущие либо выявлены и сформулированы новые критерии: создание «пунктирного» сценария как опорных точек; участие либо создание иллюзии участия обычных людей; декларация условий съемок, максимально приближенных к реальным либо монтажные съемки, но в реальных обстоятельствах. Также для понимания структуры жанра были добавлены еще ряд критериев: рассказ о пережитом опыте; голосование внутреннее и/или внешнее; изменение своей жизни участниками реалити, в том числе совершенствование профессиональных навыков; демонстрация истинных эмоций участников (даже с использованием монтажных приемов); итог, награда.

Результаты исследования. Телеканал «Ю-ТВ» — российский молодежный быстро растущий по охвату развлекательный канал, запущенный в эфир на частоте телеканала «МУЗ» 16 сентября 2012 г. [12]. Он ориентирован на девушек и женщин в возрасте 14–44 лет, среднесуточный охват аудитории более 7,9%, что составляет 5,4 млн. человек.

Реалити-шоу «Беременна в 16», начавшее свое вещание на канале «Ю» в феврале 2019 г., рассказывает о непростых судьбах девушек-подростков, которые слишком рано стали матерями, аналог — американский проект 16 and Pregnant. Он транслировался на музыкальном канале MTV с 2009 по 2014 г. и пользовался большим успехом у телезрителей [13–14].

Критерием, определяющим формат данной передачи «Беременна в 16» стал признак демонстрации и разбора проблем человеческой личности в сложных жизненных ситуациях, что провоцирует один из главных признаков реалити — желание «подсмотреть» за героем передачи. Коррелирует с данным критерием следующий: шоу движется по сценарию, прописанному заранее, хоть и дающему относительную свободу развития действия. Сценаристы могут изменить диалоги, чтобы в кадре они звучали более грамотно и убедительно, происходит акцентировка нужных эмоциональных переживаний, но канву настоящей истории не меняют [15]. На протяжении всего хронометража мы видим изменения, происходящие с молодой мамой и влияние окружающего ее общества на раскрытие личности. Будут это мировоззренческие изменения под напором обстоятельств или нет, в этом заложена еще одна из опорных задач шоу: рассказ о пережитом опыте, а главное — приобщение/«примерка» на себя и оценка зрителем этого опыта.

Следующий критерий, определяющий значимость реалити-шоу — повышение рейтингов канала как одна из основных задач автора. Последний 6-й сезон сформировал на «Ю-ТВ» миллионные присмотры (если третий выпуск 6-го сезона собрал у экрана 6,9 млн. зрителей, то четвертый — 7,6 млн., общая цифра четырех последних выпусков 6 сезона состав-

ляет 27,5 млн. зрителей). По данным сайта Mediascope в 2023 г. рейтинг реалити-шоу «Беременна в 16» на телеканале составил 0,3%, так же, как и охват просмотров [16]. Процентная доля, в отличие от других шоу, занимает первую строчку с результатом 1,9%.

Создание эмоционально напряженных моментов в реалити-шоу «Беременна в 16», как следующий критерий формата, достигается за счет постепенного подведения участницы к кульминационному моменту в ее жизни — рождению ребенка. Этот временной отрезок формируют для зрителя из пиковых эмоциональных переживаний: оценивается не только жизнь и взгляды героини, но и ее парня, участие или бездействие взрослых, выявляя способы решения возникающих проблем разными поколениями.

Личная история участниц строится на экране с помощью интервью-монолог, что формирует документальность как критерий жанра. Интервью берутся не только у участниц, но и у родителей, друзей, парня героини. Однако, по словам одной из участниц, сценаристы в целях создания эмоционального напряжения многое преувеличивают: «В передаче показали только ложь. Ситуацию, когда у меня пропало молоко, показали так, будто я просто не захотела ухаживать за сыном, а пошла гулять по клубам» [17].

Еще один критерий формата реалити как залог доверия и успеха у зрителя — участие обычных людей, не имеющих практики в игровом жанре, либо актеров, имитирующих непрофессионалов. Ряд участников все же можно заподозрить в знакомстве с актерским мастерством. Архивы и съемки скрытой камерой в данном реалити не используются, но съемка традиционным способом выхватывает все яркие моменты, включая ссоры, конфликты и такие интимные, как роды. Поддача в телеэфир с первого дубля также отсутствует, работа монтажера здесь — часть формата передачи. Но напоминание аудитории и постоянная демонстрация условий съемок, максимально приближенных к реальным, также формируют жанрообразующий признак реалити-шоу. В шоу «Беременна в 16» этот признак соблюдается, но и здесь могут быть нюансы. Съемочная группа утверждает, что съемки проходят в течение всех девяти месяцев беременности, но на деле все проходит в сжатые сроки [18].

Можно констатировать: основными признаками развлекательных программ является сочетание юмора, азарта, получения удовольствия и сильных, не всегда положительных эмоций либо также снятие напряжения и эскапизм. Реалити-шоу «Беременна в 16» сформировано по типу «социальный эксперимент». Подобные реалити-шоу включают в себя описание необычных и сложных жизненных коллизий для научения социума выходу из трудных ситуаций. Азарт и юмор в таком реалити практически не присутствуют, так как выбранная тема — серьезная социальная проблема. Телезрителю предлагают пона-

блюдают за реальной жизнью героини, провоцируют его эмоциональное напряжение для формирования собственного опыта, но не травмируя психику в реальных жизненных обстоятельствах, и создает правильную иллюзию реально происходящих событий на экране. Совместное действие критериев, формирующих реали-шоу, составляют то необходимое условие, благодаря которому не теряется интерес к этому виду передач.

Оригинальное шоу телеканала «Ю-ТВ» «Ждули» вышло на экраны 3 марта 2022 г. Это первое реали-шоу на телевидении, затрагивающее отношения с мужчинами, которые отбывают срок в местах лишения свободы. Provokatsionnyy проект вызвал неоднозначную реакцию у зрителей: одни категорично заявили, что это пропаганда уголовного мира, другие объясняли, что в жизни случается всякое и нужно знать правду [19].

Определяющим жанрообразующим критерием здесь является человеческая личность, т.к. через рассказ героини, объяснение отношений показаны образы и взаимодействия участницы и заключенного. Зрителю предлагают оценить и примерить на себя увиденный жизненный опыт. Сюжетная линия прячется в истории знакомства героини с осужденным и в сложности выстраивания таких взаимоотношений, и, конечно, в ожидании эмоций от родных девушек на эти отношения.

Следующим критерием, определяющим значимость реали-шоу, становятся задачи автора в повышении рейтингов канала. По данным официального сайта «Ю-ТВ», реали-шоу «Ждули» занимает вторую позицию: 0,34% по популярности среди наиболее рейтинговых сериалов и шоу в течение 2023 г. На первом месте «Беременна в 45» с рейтингом в 0,35%.

Архивы и съемки скрытыми камерами не используются. Но при согласии заключенного на участие в реали, как, например, во втором выпуске, команда проекта предоставляет зрителю видеозаписи. Подача в телеэфир с первого дубля также не практикуется, монтаж виден зрителю.

Форматный признак «интервью» присутствует в реали — его берут у главной героини, родителей и друзей. В структуру шоу введен эксперт-психолог, он помогает героине разобраться в сложных отношениях, комментирует, оценивает, дает возможность зрителям примерить на себя ситуацию с грамотно расставленными акцентами.

Для подтверждения критерия реали-шоу «влияние на зрителей эмоционально напряженных моментов передачи» был проведен опрос аудитории, которая смотрит данное реали-шоу, методом случайной выборки из ответивших на анкету 137 человек, в основном женщин от 21 до 37 лет. Самым захватывающим для аудитории является момент, когда героиня решает, стоит ли ждать любимого из мест лишения свободы или же продолжать жить без него

(эти переживания захватывают 32% опрошенных), а моменты «неожиданный поворот» и «озвучивается преступление заключенного» составили по 26% интереса зрителей. 16% зрителей считают эмоционально-напряженным моментом, когда семья героини узнает о связи с заключенным. Критерий «участие обычных людей, не являющихся профессиональными актерами», реализован отчасти: в съемках участвуют и обычные люди и актеры, формирующие образы, например экспертов. Критерий «условия съемок максимально приближены к реальным» в данном проекте реализован. Аудитория видит героиню и ее избранника в реальных жизненных ситуациях. Показ жизни человека, преступившего закон, полон экстремальных ситуаций и борьбы за жизнь.

Можно сделать вывод: реали-шоу «Ждули» относится к типу «социальный эксперимент». Юмор и азарт отсутствуют, так как тема, поднимаемая для обсуждений, — серьезная. Повествование выстраивается по восходящим значениям эмоционального напряжения для зрителей, предлагается им примерить ситуацию на себя, социально учиться и адаптироваться, используя чужой опыт в собственной жизни. Совместное действие критериев, генерирующих реали-шоу, составляют то необходимое условие, из-за которого зритель не теряет интерес к данному виду передач.

Вторым этапом исследования стала разработка анкеты и проведение социологического опроса для разных аудиторных групп: зрителей, участников и организаторов реали-шоу. Первыми социологический опрос прошли 185 зрителей. Опрашиваемая аудитория: женщины — 90% и 10% — мужчины, что соответствует аудитории и канала «Ю-ТВ», и аудитории самих шоу. Возраст опрашиваемой аудитории от 21 до 25 лет составляет 47%, группа «старше 30 лет» — 28%, а 18–20 лет — 25%. На вопрос «Вы учитесь или работаете?» 52% ответили — только учатся, учатся и работают — 23%, остальные — только работают. Следовательно, основная целевая аудитория реали — это девушки 21–25 лет, которые только учатся и свободного времени у них час-два в день (30%), либо больше трех часов (28%). К жанру «реали-шоу» 59% данной аудитории относится положительно, 39% — нейтрально, 2% — отрицательно.

Самым популярным стал тип реали-шоу «путешествия» (23%), тип реали «соревнование» и «самосовершенствование» составили интерес 22% аудитории, 17% отметили «социальный эксперимент» и «отношения», по 12% предпочли бы «музыкальное реали» и «домашнее переустройство». Тип реали «круглосуточное наблюдение» интересен 9%, и интерес к теме «юридическое реали» — всего у 5%. Опрашиваемая аудитория указала причины просмотра передачи в жанре реали: основная причина: отдых/эскапизм собрала 21%. На втором месте ответ «испытываю спектр эмоций при просмотре» —

19%. Оба эти ответа связаны друг с другом и являются главными причинами эффекта и эффективности данного жанра для зрителя, выполняя свою рекреативную и защитную от стресса функцию. Причину «наблюдение за чужими жизнями» выбрали 16% зрителей, причины интереса к юмору и сюжету передачи набрали по 12%. Смотрят шоу по причине того, что они «затрагивают важные проблемы» — 10%, «расширяют кругозор» — 6%. Меньше всего зрители смотрят реалити ради скандалов и поднятия самооценки, каждая причина набрала по 2%. Стоит отметить, что выбор интереса «наблюдение за чужими жизнями» сочетается в себе анализ ситуаций, в которых оказались герои, при этом зритель включает в оценивание и принятие решений по показанным ситуациям, что формирует запуск функции социального воспитания.

Итак, самые популярные типы реалити-шоу — путешествия и соревнования, что объясняется желанием расслабиться, избавиться от стресса либо понаблюдать за жизнью других людей. Так, Кайл Зезо, вице-президент по альтернативным и цифровым программам американского телеканала The CW высказал мнение, что он для воплощения на экране чаще рассматривает форматы соревнований и игровых шоу: «Нам нравятся шоу, которые имеют широкую привлекательность, такие, которые с точки зрения жанра подходят аудитории поколения Z» [8].

Основная причина отказа от реалити-шоу: «Отнимает много времени» (33%). На втором месте два ответа: «Морально тяжело смотреть» и «Непознаваемо» (по 20%). При этом, несмотря на риск потери времени, аудитория все равно смотрит шоу, что говорит о правильно выстроенных пиках эмоционального захвата интереса зрителей, использования приемов сериальности, умения соответствовать потребностям и желаниям аудитории. Далее опрос выявил, что негативно относятся к шоу 13% из-за «наигранности» и по 7% — из-за «наличия закадрового голоса» и «работы монтажера», так как эти причины, по мнению аудитории, фальсифицируют формат реалити.

Следующей группой, к которой был обращен социологический опрос стали участники реалити-шоу, откликнулось 98 человек: в реалити-шоу «Кондитер» (34%) и «Четыре свадьбы» (21%), «На ножках» (15%), «Топ-модель на ТНТ» (13%) и «Богиня шопинга» (11%). В передачах «Супермама», «Тревел Баттл» и «Помогите, у меня трудный ребенок» участвовали по 2% откликнувшихся. На вопрос «Как вы относитесь к данному жанру?» 86% опрошенных ответило: «положительно», 14% — «нейтрально». Ответа «отрицательно» не выявлено. После участия мнение о реалити-шоу у участников так и осталось положительным — 55%, у 27% изменилось, но в положительную сторону, у 18% — в отрицательную («шоу сконструировано, не документальное»).

Половина участников «хотели показать свои возможности, прославиться», 37% участвовали из интереса, а остальные 13% получили официальное приглашение. Этот выбор хорошо согласуется с мнением одной из участниц седьмого сезона реалити-шоу «Большой Брат», выходявшем в 2000 г. в Америке. Никки Грэм написала в своей автобиографии «Хрупкая»: «До “Большого брата” я никогда не чувствовала себя особенной, не думала, что вписываюсь в общество и отношусь к чему-то важному. Наконец-то это случилось. <...> У меня была нормальная жизнь. Но я просто хотела большего, понимаете?» [4]. Участники согласны: реалити-шоу дает шанс прославиться, изменить свою жизнь и показать, на что ты способен.

На вопрос «Насколько жестко выстроены отношения с конкурентами на экране и переносятся ли такие отношения в реальную жизнь?» участники ответили, что несмотря на требуемую отчужденность и конфликтность во время съемок, вне камер между ними было меньше негатива, а одна из участниц шоу «Кондитер» призналась, что с некоторыми бывшими соперниками она и сейчас тепло общается и поддерживает дружеские отношения.

Также участники (45%) ответили, что наличие камер на площадке их не смущало, так как они не обращали на них внимания, 33% опрошенных «привыкли по ходу съемки» к постоянному наблюдению, однако 22% участников это эмоционально раздражало.

На вопрос «Все происходящее на экране, включая конфликтные ситуации, — жизненные реалии или прописанный заранее сценарий?» чаще отвечали, что все происходящее — правда. Участница реалити-шоу «Богиня шопинга» анонимно рассказала, что «некоторые ситуации были прописаны, но все менялось с учетом обстоятельств». Одна из участниц реалити «Четыре свадьбы» отметила, что: «За нами просто ходили операторы, но мы сами устраивали наши отношения». Участница «Беременна в 16» пожаловалась на съемки постфактум, которые на экране были продемонстрированы как предшествующие рождению ребенка. Можно сделать вывод о том, что в реалити-шоу, в которых участвовала опрашиваемая аудитория, жесткого сценария нет, прописаны повороты сюжета, обязательные детали, для создания эмоциональных ярких моментов шоу, но возможен монтаж.

На вопрос «Как на вас повлияло участие в реалити-шоу?» опрошенная аудитория в большинстве своем ответила, что «получила новый жизненный опыт» (37%). Причем многие добавляли, что получить в реальной жизни такой опыт они бы не хотели, но прожить такую ситуацию на экране и знать выход из нее большая удача. 27% участников стали стрессоустойчивее, отчасти это тоже люди, которые прошли некое научение реагирования на сложные вызовы. Ответы «стали узнавать в кампаниях» и «повстречала людей с общими интересами» набрали по 20% и 16% соответственно.

Последним этапом исследования было обращение к организаторам реалити-шоу для выяснения определяющих характеристик телепередач. Надо признать небольшое желание экспертов-организаторов делиться пониманием успешности данного жанра, поэтому экспертное мнение представлено членами организаторами развлекательных программ от «Давай поженимся» и «Адская кухня» до продюсеров и редакторов развлекательного YouTube-проекта «Агент Шоу». Все они однозначно определяют необходимость и ценность развлекательных шоу на телевидении, выявляя основную функцию таких программ как возможность зрителя расслабиться и отвлечься от своих жизненных проблем. Эксперты отмечают, что некоторые реалити-шоу выполняют не только развлекательную, но и социальную, воспитательную функции. Так было выделено реалити «Пацанки», где социальный пример показывает, какое поведение принято или отвергается обществом.

Каждым экспертом было отмечено, что специфика и наиболее востребованное в реалити-шоу — это эмоции аудитории, поэтому необходимо создавать контент, удерживающий зрителя в постоянном напряжении, ожидании следующих эпизодов, способствующий непредсказуемости и эпатажности. Каждому шоу нужна яркая опорная точка и чаще всего — это участники или ситуации, в которые они попадают, и образованный вокруг них поворот. Каждый из этих элементов шоу может акцентироваться различными приемами. К примеру, если это реалити-шоу «Дом-2», то яркой точкой будут отношения участников. «Сценарий есть, но это не значит, что все выдумано. Это твой опорный план, то, как ты следуешь по шоу. Если нужно включить какой-то сюрприз участнику, это будет в сценарии, или если надо позвать бывшую жену для того, чтобы добавить остроты в серию, конечно, все это будет прописано», — говорит один из редакторов шоу и добавляет: «Если продюсер захочет прописать какой-то определенный момент или реакцию участника, это все обговаривается с ним лично, согласен ли он на изменения в его реальной истории».

Подводя итог исследованию успешности формата реалити-шоу на российском телевидении можно констатировать следующее:

Притягательность формата реалити-шоу для аудитории определяется способностью приносить удовлетворение по таким потребностям, как рекреация и эскапизм. Что подтверждает выбираемая оценка зрителями своего опыта просмотра реалити-шоу — приобретение стрессоустойчивости.

Успешность реалити-шоу формирует особая форма сценария: это не полноценное и скрупулезное описание сценарных, временных, пространственных и режиссерских планов, а опорный документ, в котором прописаны основные моменты сюжета, которые «двигают» шоу от одной яркой точки к другой и к своему логическому завершению. Благодаря

этой форме сценария реализуется основная характеристика шоу — оно воспринимается документализированным, приближенным к реальности.

Удержание зрителя программирует важный критерий — верстка сюжета программы с помощью «ярких эмоциональных пиков при просмотре».

Популярность реалити-шоу заключается также в совмещении в формате жанра нескольких составляющих: эмоциональных волн, необычных обстоятельств или участников, непредсказуемого сюжета с социальным воспитанием через истории реальных людей, приобретением жизненного опыта без травмирующих последствий.

Обе проанализированные программы «Беременная в 16» и «Ждули» соответствуют признакам реалити-шоу: это эмоционально напряженный сюжет, провоцирование эффекта подглядывания и, иногда, анализа происходящего, приобретение социального опыта через призму реальных, но не разрушающих жизнь ситуаций. Помимо востребованных рекреации и эскапизма, данные реалити-шоу выполняют и социально-воспитательную функцию, так как на примере реальных ситуаций показываются проблемы, о которых не все готовы говорить открыто, но их освещение полезно для общего развития социума и движения к традиционным ценностям. Успех программ формата реалити-шоу, благодаря подобному набору критериев и функций, обеспечен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди / Э. Берн. — Режим доступа: [bern_igry_v_kotorye_igrayut_ljudi.pdf](#) (дата обращения: 05.11.2023).
2. Гуцал Е. А. Реалити-шоу на современном российском телевидении / Е. А. Гуцал. — Екатеринбург, 2008.
3. Хейзинга Й. Homo Ludens / Й. Хейзинга. — М., 1997.
4. Официальный сайт издания Правила жизни. «Большой брат»: история самого известного реалити-шоу. — Режим доступа: <https://www.pravilamag.ru/articles/200623-shou-navsegda-izmenivshee-televidenie-kak-sozdavalos-realiti-shou-bolshoy-brat-i-kak-ono-smotritsya-20-let-spustya/> (дата обращения: 22.12.2023).
5. Дебор Ги. Общество спектакля / Ги Дебор. — М., 2022.
6. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — М., 2005.
7. Официальный сайт независимого проекта брендингового агентства Depot WP Sostav.Ru. Доля просмотров реалити-шоу в 2023 году среди женщин выросла до 3,8%. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/tv-60233.html> (дата обращения: 03.12.2023).
8. Уайт Питер. Состояние телевидения без сценария: сети и стримеры настроены оптимистично в 2021 году, поскольку они стремятся к стабильности после пандемии и новым шумным хитам / Питер Уайт. — Режим доступа: <https://www.yahoo.com/entertainment/state-non-scripted-tv-networks-213241190.html> (дата обращения: 08.01.2024).

9. Абраменко А. А. Жанр реалити и его особенности на российском телевидении / А. А. Абраменко // Вестник факультета журналистики Пермского государственного университета «Acta Diurna». — Режим доступа: http://psujourn.pnrod.ru/vestnik/vyp_1/abr_real.htm (дата обращения: 02.04.2024).
10. Мюррей С. Реалити-шоу: изменение телевизионной культуры / С. Мюррей, Л. Уэллетт. — Нью-Йорк, 2009.
11. Степанова Н. В ближайшие пять-десять лет реалити зрителю не надоеет / Н. Степанова, Р. Петренко // Время новостей on-line. — 2004. — № 12.
12. Официальный сайт канала «Ю-ТВ». — Режим доступа: u-tv.ru (дата обращения: 09.11.2023).
13. Официальный сайт канала «Ю-ТВ». — Режим доступа: <https://24smi.org/celebrity/100299-beremenna-v-16.html> (дата обращения: 05.03.2024).
14. Официальный сайт канала «Ю-ТВ». — Режим доступа: <https://myshows.me/view/60730/rating/> (дата обращения: 20.12.2023).
15. Белояр А. Реалити-шоу: Индустрия низменности / А. Белояр. — Режим доступа: <https://whatisgood.ru/tv/show/realiti-shou-industriya-nizmennosti/> (дата обращения: 01.02.2024).
16. Официальный сайт исследовательской компании Mediascope. — Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 22.02.2024).
17. Беляева Н. Родившие героини «Беременна в 16» раскрыли обман продюсеров / Н. Беляева. — Режим доступа: <https://pokatim.ru/k-znamenitosti/shou-biznes/48360> (дата обращения: 01.03.2024).
18. Секреты съемок «Беременна в 16»: как на самом деле снимают русскую адаптацию реалити-шоу. — Режим доступа: <https://kino.rambler.ru/tv/43161023-sekret-y-semok-beremenna-v-16-kak-na-samom-dele-snimayut-russkuyu-adaptatsiyu-realiti-shou/> (дата обращения: 07.12.2023).
19. Официальный сайт канала «Ю-ТВ». — Режим доступа: <https://24smi.org/celebrity/266081-zhduli.html> (дата обращения: 08.02.2024).

Ростовский государственный экономический университет

Деева И. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики

E-mail: deeva_irina_16@mail.ru

Rostov State University of Economics

Deeva I. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Journalism Department

E-mail: deeva_irina_16@mail.ru