

Секция «Журналистика»

Участник реалити-шоу о моде как герой проекта: к проблеме типологии (на примере анализа героев программы «Проект Подиум» на канале MTV)

Якупова Лиля Флюдовна

Студент

Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия

E-mail: liichka921@rambler.ru

В последнее время на многих мировых развлекательных телеканалах все большую популярность получают реалити-шоу о моде, которые стремятся не только развлечь своего зрителя, повествуя о различных стилях, модных тенденциях, эстетических ценностях, но и учат как правильно одеваться, моделировать самим одежду. Типичной программой такого плана является американский «Проект Подиум» (англ. «Project Runway»), который демонстрируется в России на канале MTV. Он представляет собой состязание перспективных, но «любительских» дизайнеров одежды, которые мечтают стать профессионалами. В рамках нашего исследования, становится важным понимание того, как простой дизайнер одежды, становится героем реалити-шоу и какие типажи героев создает сам проект.

Проанализировав девять сезонов данного реалити-шоу, можно сказать, что количество участников в нем варьируется от 12 в первом сезоне, до 17 в восьмом, в остальных сезонах было по 16 дизайнеров. Причем женщин и мужчин набирается в равной степени 6 на 6 в первом сезоне, и 8 на 8 в последующих. (В восьмом участвовало 9 мужчин и 8 женщин). При этом стоит отметить, что желающие попасть в передачу проходят жесткий кастинг, и в сам проект попадают не просто участники, а модельеры – личности, привлечшие внимание продюсеров, не только своим умением шить, порой экстравагантно одеваться, но и манерой держаться перед камерой, умением открыто представлять свое мнение. За время сезона проверяются их индивидуальные возможности, а также способность работать в команде. Каждому модельеру дается в помощники модель, выбор которой остается за участниками проекта. В каждой серии идет убывание участников вместе с моделью. В финальной серии их остается трое. Тем не менее, судя по откликам на проект симпатии зрителей и решение жюри по отношению к выбывшим не всегда совпадают. Так как сегодня для большинства представителей аудитории важно увидеть в герое проекта не просто переход из любителей в профессионалы, но и проявление элементарных человеческих качеств, таких как активность, целеустремленность, напористость, уверенность в собственных силах, доброта, поддержка соперников, порой застенчивость и т.д.

Что касается типологических признаков героев реалити-шоу «Проект Подиум», то их можно классифицировать, по двум основным критериям: дизайнерские способности и лидерские качества. Дизайнерские способности во многом определяют творческий подход к выполнению того или иного задания, связанного с созданием наряда из подручного материала.

По дизайнерским способностям выделяют следующие типы героев:

- мечтатели;
- исполнители;
- творцы.

Тип героя-мечтателя самый распространенный. Он уверен в своей гениальности, имеет массу идей, но практическая часть, то есть пошив «хромает». За таким героем интересно наблюдать, он постоянно развивается, находится в поиске, экспериментирует. (Сантино Райс – участник 2-ого сезона, «Проекта Подиум»)

Тип героя – исполнителя отличается тем, что он хорошо работает в группах, где есть лидер, чья концепция является основой. Он быстро и качественно шьет, но собственные идеи слишком тривиальны или безвкусны. Практическая сторона работы всегда видна на подиуме. Для дизайнера крах, если платье велико модели, или швы торчат наружу. Поэтому герой-исполнитель очень важен в любой команде. (Кемерон Вебер – участник 4-ого сезона «Проект Подиум»).

Тип героя-творца сразу можно выделить из общей массы. Он совмещает и оригинальные идеи, и безупречное исполнение. Вся его работа подчинена одной идее. Например, создание ультрамодного наряда из старых джинсовых изделий в кратчайшие сроки. При этом герою удается отразить собственный стиль, найти оригинальное решение для комбинации тканей и т.д. В любом конкурсе он стремится к гармоничному сочетанию вещей, причесок, макияжа. Передать легкость, грациозность и женственность в наряде для женщины-рестлера или сделать современными античные драпировки. (Рами Кашу – финалист 4-ого сезона «Проекта Подиум»).

Выявление лидерских качеств у участников, также является одной из важных задач «Проекта Подиум». При выполнении заданий дизайнеры стремятся показать, на что они способны. Чаще всего они работают в одиночку. Но иногда им приходится делиться на пары, если того требует задание. Это самое сложное испытание, так как время ограничено, и участники вынуждены подстраиваться друг под друга. В таких случаях и проявляются лидерские качества, кто-то из двоих берет на себя руководство выполнения заседания на себя. «Лидер» формирует свое видение, как нужно спроектировать наряд, ставит цели и задачи перед вторым участником. Притом второй участник может оспорить предложение первого, и тогда пара теряет время, выясняя отношения. Корректное проявление к партнеру постоянно учитывается в оценках жюри. И практически во всех сезонах именно лидеры доходят до финала.

Подводя итоги, можно сказать, что анализ разных сезонов программы показал, что не только профессионализм дизайнеров, но и проявление лидерских качеств у участников во многом определяют их победу в «Проекте Подиум».

Литература

1. Гуцал Е.А. Реалити-шоу на современном российском телевидении. Автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008
2. Тихонов А.К. Ключевые качества современного лидера //Вестник НЛП, №35, интернет-издание <http://www.vestniknlp.ru>
3. <http://proekt-podium.ru>

Слова благодарности

Спасибо за внимание!