

Секция «Журналистика»

История адаптации зарубежных форматов для российского телевизионного рынка

*Образцова Анастасия Юрьевна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Журналистики,  
Москва, Россия*

*E-mail: dream4you@yandex.ru*

На российском медиарынке в сетке программного вещания телеканалов увеличивается доля продуктов, снятых по зарубежному формату.

«Счастливый случай» стал одной из первых программ, адаптированной для российского телевидения. Это версия американской телеигры «Trivial Pursuit», вышедшая на экраны «Первой программы ЦТ СССР» в 1988 году.

На постсоветском телевидении многие западные форматы стали адаптироваться для российского медиарынка – это становится тенденцией. Основные факторы и предпосылки, повлиявшие на этот процесс:

- отказ от форматов советского телевидения[1]
- телевидение стало зависеть от рекламы и от рейтингов
- идеализация западных стандартов
- экономическая обоснованность использования успешных западных форматов

В первой половине 1990-х годов для российского телевизионного рынка адаптируются в основном американские телеигры, такие как «Поле Чудес» («Первая программа ЦТ СССР», 1990) - «Wheel of fortune», «Угадай мелодию» («Первый канал», 1995) - «Name that tune», «Сто к одному» («НТВ», 1995) - «Family Feud».

После успеха сериала «Не родись красивой» на «СТС» в 2004 году, доля российских адаптаций подобных оригинальных зарубежных форматов увеличивается и постоянно растет. Появляются такие рейтинговые модифицированные проекты, как: «Моя прекрасная няня» («СТС», 2004–2009) - «The Nanny», «Татьянин день» («Первый канал», 2005) - «La Guerra de las Rosas», «Молодые и злые» («НТВ, 2006) - «Ladrón de sorazones».

Первой адаптацией одного из самых успешных форматов - реалити-шоу становятся проекты: «За стеклом» («ТВ-6», октябрь 2001) - вариант международного проекта «Big Brother» и «Последний герой» («Первый канал», ноябрь 2001) - аналогом является британское шоу «Survivor».

По данным исследовательской компании KVG Research за шесть лет (с 2005 по 2011 год) «телеканалы показали 253 адаптации, большую часть которых составили телеигры (24,9%) и телесериалы (17%)»[2]. В 2006 году был зафиксирован рекорд – 43 адаптированных проекта на российском телевидении.

С 2007 по 2010 год на было замечено уменьшение количества адаптированных продуктов, и лишь в 2011 году медиарынок вернулся к докризисным показателям – 41 проект, из которых 62% приходится на развлекательный контент[3].

Интерес российских телеканалов к адаптации западных форматов объясняется тем, что им не приходится вкладывать средства в разработку идеи, стратегии продвижения и исследование потенциальной аудитории. К примеру, из четырнадцати сериалов в эфирной сетке «СТС» на настоящее время пять являются адаптацией западных форматов («Ангел или демон» - испанский сериал «Angel o demonio»; «Воронины» — адаптация американского ситкома «Everybody Loves Raymond»; «Дневник доктора Зайцевой» — купленный немецкий формат «Manner sind die beste Medizin»; «Закрытая школа» - русский вариант испанского мистического сериала «El Internado»).

В настоящее время увеличивается количество адаптаций реалити-шоу. «СТС» купил права на комедийный реалити/стендап формат «Комики за работой», основанного на израильском шоу «Comedians at Work». На «Первом канале» ожидается премьера спортивного реалити, являющегося аналогом немецкого шоу «Stars in danger», в основе которого лежит соревнование по прыжкам в воду с трамплина. На канале «Ю» стартует новое реалити соревнование «Караоке Киллер» – российская версия американского музыкально-юмористической программы «Killer Karaoke».

Доля адаптаций сериалов для российского медиарынка не уменьшается. «ТНТ» модифицирует известный американский ситком «It's Always Sunny in Philadelphia». В ноябре 2012 года на «Первом канале» состоится премьера «Обратной стороны Луны» - адаптации сериала «BBC» «Life on Mars».

Но в то же время существуют проблемы при адаптации зарубежных форматов, приводящие к низким рейтингам и снижению качества эфирной продукции. Основными являются несопоставимые бюджеты проектов (на производство одной серии рейтинговой программы в Великобритании тратится более 1 миллиона фунтов-стерлингов, в США же затрачивается только на выпуск пилотного эпизода ситкома, заказанного одним из центральных каналов от 1 до 2 миллионов долларов). Для получения качественного продукта необходимо адаптировать до 80% оригинального формата с учетом национального менталитета и специфики рынка, чему в настоящее время уделяется мало внимания. Одним из существенных факторов также является отсутствие квалифицированных специалистов по адаптации зарубежных телевизионных продуктов.

[1] Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // RELGA. - 2006.- № 15. – С. 23-28

[2] Севрюкова Е. Число адаптаций зарубежных продуктов в эфире крупнейших телеканалов увеличилось почти на треть. // Ежедневная деловая газета «RBC Daily», 03.04.2012 <http://www.rbcdaily.ru/media/562949983437551>

[3] Там же.

### Литература

1. История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков: Учебное пособие / Под ред. Г.А. Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2012.
2. Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. – М.: Издательство Московского университета, 2010. – (21 век: информация и общество)
3. Основы медиабизнеса. Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009.

4. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // RELGA. - 2006.- № 15. – С. 23-28 // <http://www.relga.ru/Environ/WebC>  
[www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles](http://www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles)
5. Севрюкова Е. Число адаптаций зарубежных продуктов в эфире крупнейших телеканалов увеличилось почти на треть. // Ежедневная деловая газета «RBC Daily», 03.04.2012 <http://www.rbcdaily.ru/media/562949983437551>

#### **Слова благодарности**

Автор выражает признательность научному руководителю Макеенко М.И. за помощь в подготовке тезисов.