

## Эволюция персонажей телевизионного формата шоу «Маска» на телеканале НТВ (1-3 сезон)

Научный руководитель – Тарасенко Артур Станиславович

*Репина Ксения Павловна*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

*E-mail: Kseniia16@yandex.ru*

Шоу «Маска» на телеканале НТВ – российский аналог корейского шоу «The King of Mask Singer», получившего мировое распространение. На российском телевидении на протяжении трех сезонов шоу находилось в тройке программ-лидеров в эфире телеканала НТВ. «Маска» вызвала медийный интерес к звездным участникам, которые скрывались под костюмами персонажей-масок. Однако мало внимания впоследствии уделялось конкретно образу маски как драматургическому элементу шоу, способному самостоятельно существовать и развиваться. Поэтому цель этого исследования – выявить закономерности эволюционного развития персонажей шоу «Маска» на протяжении трех сезонов.

В качестве методологической базы был использован драматургический анализ с опорой на теорию К. Воглера «Путешествие героя» [2] и теорию Дж. Кэмпбэлла «Путь героя» [5].

Результаты исследования помогут на практике креативного продюсирования ориентироваться системе создания персонажей развлекательных музыкальных соревнований.

В основу работы легли понятия «архетип» [7] и «архетипический образ» [6]. Под «архетипами» понимались устойчивые, заложенные в поведение паттерны (манера общения и движения персонажей-масок). Под «архетипическими образами» подразумевались внешние образы персонажей-масок, построенные за счет *символов* [7]. Такими *символами* стали музыкальный номер и костюм.

В результате исследования в шоу «Маска» за три сезона было зафиксировано 8 неизменных архетипов и 40 уникальных архетипических образов.

Архетип «герой» и соответствующие ему архетипические образы (маска «Льва» в 1 сезоне, маска «Крокодила» во 2 сезоне, маска «Дракона» в 3 сезоне) становятся основополагающими элементами для шоу. Другие (второстепенные) персонажи-маски подстраиваются под архетип и архетипический образ «героя». Это значит, что такие персонажи-маски сами по себе не эволюционируют, они изменяются ровно на столько, на сколько эволюционирует архетипический образ «героя». Свобода самовыражения все же остается у некоторых масок, например у архетипических образов «плутов» и «привратников». Это объясняется тем, что цель этих масок заключается в создании атмосферы и настроения [4]. Такие персонажи-маски не создают дополнительную конкуренцию «героям» и «теням», поскольку им не хватает силы (сила измеряется в частоте, с которой персонаж кардинально менял свой голос в выступлениях), чтобы уравнивать их выступления. (Например, движение в шоу масок «Панды» 1 сезон, «Неваляшки» 2 сезон, «Зайца» 2 сезон.)

Самыми зависимыми от «героев» оказываются «тени», «союзники», «наставник» (если есть), поскольку именно они могут выравнять силовой баланс в выступающих группах. Например, взаимозависимость масок из первого сезона «Лев» - «Волк» - «Олень». Такие персонажи будут больше менять архетипический образ, подстраиваясь под изменчивость персонажей-масок «героев».

Исследование также показало, что:

- 1) С течением сезонов архетип «героя» начинает отделяться от других персонажей-масок, создавая собственный нарратив. Маски, привязанные к «герою», также начинают создавать независимые друг от друга «мини-сюжетные линии» и перестают раскрывать грани друг друга.
- 2) Сепаратизм персонажей-масок порождает хаотичность драматургии формата, из-за чего требуется вмешательство со стороны жюри, чтобы искусственно продвигать события (например «вытягивание» жюри «Пончика», 3 сезон).
- 3) По ходу развития шоу посезонно увеличивается количество персонажей «*привратников*» (т.е. независимых персонажей). Маски перестают нуждаться в связях друг с другом, поскольку формируют собственные нарративы. То есть персонажи, которые могли бы чаще становиться «союзниками» (например, «Змея», 2 сезон, «Мухомор», 3 сезон), «замыкаются в себе» и дальше идут своими путями.
- 4) Архетип «наставник», который должен сопровождать «героя» в «Путешествии» [5], перестает быть сюжетно важным в шоу. Если «Лев» в первом сезоне еще нуждался в «наставнике», так как было меньше времени (серий) для формирования «силы», то «Крокодилу» и «Дракону» из следующих сезонов это не нужно, поскольку у них есть для этого больше серий и самостоятельный вектор развития.
- 5) Расширяется спектр персонажей с архетипом «*плут*». На юмор начинают делать большие ставки для продвижения развлекательной части драматургии [1,3]. Поскольку архетип «наставник» в шоу не нужен, то освобождается место для персонажа, который бы подчеркнул развлекательный характер шоу и смягчил напряжение во время голосований на выбывание масок («Заяц», 2 сезон, «Малыш», 3 сезон).
- 6) Архетипы «*оборотень*» и «*вестник*» не являются полноценными архетипами. В рамках шоу используются только их поведенческие механики. У «*оборотней*» была взята способность менять свое поведение и внешний образ (изменение костюма или номера) [4], а за счет «*вестников*» (кандидатов на выбывание из шоу), которые призваны «предупреждать» «героя» об «опасности» на пути, обеспечивается работа основного правила шоу – постепенного выбывания второстепенных участников.

#### Источники и литература

- 1) Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестник Московского университета. Журналистика. - 2008. - №6. - С. 110 - 124.
- 2) Воглер К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино. - 3-е изд. - М.: Альпина нон-фикшн, 2015. - 476 с.
- 3) Кемарская И. Н. Телевизионная драматургия: форматный подход // Вестник ВГИК. - 2015. - №. 4. - С. 130-142.
- 4) Кириллова Н. Б. Культурные коды маски : исторический контекст // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2018. — Т. 24, № 4 (180). — С. 158-169.
- 5) Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой . - СПб.: Питер, 2022. - 536 с.
- 6) Самуэлс Э. Юнг и постъюнгианцы. - М.: Добросвет: КДУ, 2011. - 407 с.
- 7) Юнг К. Г. Архетип и символ. - М.: Ренессанс, 1991. - 297 с.