

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

МАГИЯ НА ЭКРАНЕ: ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ ЗУМЕРОВ В СТАРОМ ТВ-ШОУ ПРО ЭКСТРАСЕНСОВ

Научный руководитель – Копылова Ольга Юрьевна

Никонова Юлия Владиславовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: nikonova-2002@mail.ru

В современном медиaprостранстве наблюдается динамика роста популярности телешоу, созданных для зрелого населения, среди молодёжи. Отличная иллюстрация этого – российское шоу «Битва экстрасенсов» [1], переживающее спустя годы новый пик популярности среди зумеров. Данная работа нацелена на анализ основных форм взаимодействия этой аудитории с программой, изучение процесса превращения героев в объекты фанатского обожания («крашей») и оценку влияния такой активности на телевизионное производство.

Основным инструментом вовлечения стали короткие видео (эдиты) в TikTok. Это не просто повторы эпизодов, а творческая переработка: авторы выбирают захватывающие сцены с определёнными участниками, комбинируя их с актуальной музыкой и визуальными эффектами. В результате зритель получает эстетическое удовольствие, положительные эмоции и начинает интересоваться программой. Кроме того, происходит вырывание образов из первоначального контекста. Центром внимания становится не то, что является целью шоу (проверить способности экстрасенсов), а харизма и внешность персонажей. Так, образ Дмитрия Матвеева с его готической эстетикой идеально встраивается в молодёжные тренды (в данном случае «dark academia»). В результате мы получаем преобразование телеформата: из истории о состязании он превращается в набор ярких визуальных элементов для распространения в Интернете [3].

Если эдиты отвечают за внешнюю составляющую, то фанфики (любительские рассказы) обеспечивают смысловое наполнение образов. Зрители активно домысливают биографии, отношения и внутренний мир экстрасенсов, далеко выходя за рамки телесюжета. На специализированных площадках формируется сообщество, где участники шоу становятся объектами романтического интереса. Жанры произведений варьируются от психологических драм до детективных сюжетов. Эта практика компенсирует недостаток информации о «закулисной» жизни героев, делая медийные образы лично близкими для фанатов.

Цифровая активность аудитории оказывает прямое влияние на телепроизводство. Продюсеры, отслеживая обсуждения в соцсетях, реагируют на запросы. Частота упоминаний участника в TikTok или фанфиках становится маркером его востребованности. Это ведёт к кастингу новых героев с заранее заложенным «краш-потенциалом» и увеличению их экранного времени [2].

Данный феномен отражает изменение принципов экономики внимания: телеуспех теперь определяется не только прямыми эфирными рейтингами, но и общей активностью в виде создания, обсуждения и распространения контента. Молодёжь выступает в роли бесплатных продюсеров и промоутеров, чья креативная энергия монетизируется каналами.

Возрождение шоу среди зумеров – не просто ностальгия. Это следствие способности аудитории превращать пассивный просмотр в интерактивное творчество. Через эдиты и

фанфики зрители становятся просьюмерами, встраивая медийных персонажей в свой субкультурный контекст. Ключевым итогом является феномен «медийного краша» — когда популярность участника обусловлена не его профессиональными навыками, а потенциалом для эстетизации и романтизации в фанатском творчестве. Устаревший телеформат таким образом адаптируется к логике цифровой среды, где главная ценность — не факт просмотра, а глубина вовлечения и пользовательская переработка.

Источники и литература

- 1) Логутова, М. А. Мистические передачи на телевидении / М. А. Логутова // Общество. Наука. Образование : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Новосибирск, 19–20 апреля 2023 года / Под редакцией А.В. Ефимова, Т.И. Монастырской. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2023. – С. 187-191.
- 2) Сахарова, А. А. Шоу «Битва экстрасенсов»: причины популярности / А. А. Сахарова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2024) : Сборник по материалам Международной научной конференции молодых исследователей, Москва, 14–20 декабря 2024 года. – Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2025. – С. 167-171.
- 3) Чижова, А. О. К вопросу о языковой личности экстрасенса / А. О. Чижова // Филология и новое знание : Сборник материалов IV Российской научной конференции с международным участием, Белгород, 21–22 ноября 2024 года. – Белгород: ЦПП ИД "БелГУ" НИУ "БелГУ", 2024. – С. 98-103.