

FRI-2G.307-1-AS-01

---

## MUSICAL ENVIRONMENTS IN REALITY TALENT SHOWS<sup>11</sup>

---

**Assist. Prof. Nikolay Yordanov**

Department of Screen Arts,

National Academy of Theatre and Film Arts, Bulgaria

E-mail: nikolay.y.yordanov@gmail.com

Tel.: +359887255380

***Abstract:** The report explores the methods of creating musical environments in TV reality talent shows, reflecting the cultural and regional specifics, political situation, and audience parameters. The research is based on the authors professional experience, TV Bibles documentation, as well as international profiles studies. It contains three segments: 1. Reality shows prerequisites for occurrence and first examples. 2. Music environment in talent shows; 3. Musical repertoire in singer competitions.*

***Keywords:** Reality talent show, Music environment in talent shows, Music repertoire in singer competitions.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

В последните три десетилетия риалити предаванията, заедно със сериалите, се наложиха като предпочитано съдържание с цел забавление. Ключови програми като “*Big Brother*”, “*Survivor*” и “*Pop Idol*”, се превърнаха от основополагащи пионерски търсения – макар и базирани на утвърдени модели – в световни формати. Днес този тип програми се реализират глобално, постигайки милиардна аудитория. Сред най-успешните продукции в жанра са предаванията за таланти, чиято устойчивост като средство за привличане на телевизионна и веб аудитория изглежда непоклонима.

Но какво е талант в риалити телевизията? Това може да е класическа проява на дарба в дадено изкуство – музика, танц, театър и прочие. В тази категория обаче попадат и различни умения като кулинария, спорт, строителство и дори ясновидство. Независимо от темата в този тип формати се разказват едни и същи, повтарящи се сюжети, които проследяват пътя на даден участник към неговия провал, успех или триумф в рамките на телевизионното предаване. Фокусът е именно върху персонажа и: а) неговия характер или б) неговата житейска история в контекста на конкретния телевизионен продукт. Талантът му е само повод, средство, инструмент на драматургията.

Основен атрибут на разказа в риалити телевизията е музиката. Няма формат, в който музикалната среда да не присъства постоянно, в над 95% от времето на излъчване. Тишината в този тип предавания е единствено и само драматургичен подход, чрез който се поставя акцент в общото сюжетостроене. Но дори когато персонажите мълчат, музиката ориентира зрителя в техните отношения, конфликти и специфики. В този доклад ще разгледам музиката в две основни направления – като постоянна среда, допринасяща за изграждане на сюжета и образите в риалити форматите според жанра (с фокус върху предаванията за таланти) и като подбор в певческите формати, където тя е естествен акцент.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

#### Предпоставки за възникване и развитие на риалити форматите за таланти

Основите на изследвания жанр са положени още през 30-те години на XX век в САЩ.<sup>1</sup> За едно от първите ефирни предавания, които дават възможност на обикновените хора да демонстрират талант, се счита “*Major Bowes Amateur Hour*” (1934 г.) на водещата по това

---

<sup>11</sup> Докладът е представен на конференция на Русенския университет на 28 октомври 2022 г. в секция Изкуствознание с оригинално заглавие на български език: МУЗИКАЛНАТА СРЕДА В РИАЛИТИ ПРЕДАВАНИЯТА ЗА ТАЛАНТИ.

време радиостанция в Ню Йорк – “WHN”. Всеки от слушателите може да изяви своите разнообразни дарования пред водещия Едуард Боулънс. През 1937 година сред участниците е млад певец, който пее безплатно в местните клубове. Тогава той е на 22 години и се казва Франк Албърт Синатра. Предаването събира толкова голяма аудитория, че едва година след дебюта си започва да се излъчва първо по националната мрежа *NBC*, а след няколко месеца се мести в *CBS*. През 1948 година, малко след смъртта на своя основател, шоуто се пренася и на телевизионен екран, където просъществува в ефира на няколко канала, включително *NBC*, *CBS* и *ABC*. Предаването бързо се превръща в хит сред аудиторията в Америка, което води до създаването на множество подобни програми, най-популярните от които са “*Ted Mack’s Original Amateur Hour*” и “*Arthur Godfrey’s Talent Scouts*”. Сред неодобрените за участие кандидати е напълно непознатият по време на явяването си Елвис Пресли.

Чисто съдържателно ранните варианти на предаванията за таланти не се отличават особено от днешните си аналози. По регламент всеки може да представи своя талант, първо пред комисия от специалисти, а след одобрение и отсяване – и пред публика на живо. Слушателите и зрителите определят чрез писма и телефонни обаждания своите фаворити и излъчват финалистите, които участват в грандиозно заключително издание. С времето популярността на тези програми в Америка постепенно отмира, и едно по едно предаванията биват спрени. Въпреки това “*Ted Mack’s Original Amateur Hour*” се излъчва регулярно между 1952 и 1970 година, което го превръща в най-дълго просъществуващото телевизионно шоу с подобна тематика през миналия век.

Тенденцията за развитие на жанра не подминава и Великобритания.<sup>2</sup> Още през 1949 година там дебютира шоуто за таланти “*Opportunity Knocks*” (*BBC Radio*). През 1956-а е адаптирано за телевизия от екипа на *ITV*, и е просъществувало с прекъсвания и в различни вариации няколко десетилетия – чак до началото на 90-те. Следват още подобни продукции като “*The Gong Show*” (*Sony Pictures*, 1976-1978 г.) в САЩ; “*Search for a Star*” (1979-1982 г.) и “*New Faces*” (1973-1978 г.; 1986-1988 г.) във Великобритания. Песенни конкурси като “*Евровизия*”, “*Златната монета*” в Италия и дори “*Тромбата на Вили*” в България използват в значителна степен същите принципи и изповядват философията на радио предаванията от зората на жанра. Интересът към подобен тип програми се оказва универсален – те добиват популярност включително сред твърде различните като култура и вкус за телевизия зрители в Япония с предаването “*Star Tanjō!*” през 70-те и 80-те години.

Така се формира и утвърждава първата част от жанра – „шоу за таланти”. Остава да прибавим и думата “риалити”. Предпоставките за появата на риалити телевизията могат да се открият в радиото (прочутата драматизация на „*Война на световете*“), психологията (*Станфордският затворнически експеримент*), игралното кино (например в *cinema verité*; филми като “*Клео от 5 до 7*” на Анес Варда (1962), „*Анна от 6 до 18*“ на Никита Михалков, „*А сега накъде*“ на Рангел Вълчанов или „*Шоуто на Труман*“ на Питър Уиър), документалистиката („*Truth or Dare*”, популярен в Европа под заглавието „*В легло с Мадона*“ се счита за непосредствен предшественик на риалити телевизията) и прочие. Първите същински риалити формати се формират в средата на 90-те години. Това са холандския „*Big Brother*”, базиран на реалността в романа „*1984*“ и шведския “*Expedition Robinson*” (прераснал в “*Survivor*”), по мотиви на „*Робинзон Крузо*“. Те бързо се превръщат в интернационални франчайз формати.

По същото време в поп музиката доминират създадените на принципа на манифактурата групи, формиращи се през цялото десетилетие по модела на *New Kids on the Block* (1986) в САЩ и *Take That* (1990), а по-късно и *Spice Girls* (1994) във Великобритания. Тези две тенденции в телевизионния и музикален бизнес намират своето естествено, макар и неочаквано обединение в първия музикален риалити формат – австралийския “*Pop Stars*” (1999), който проследява целия процес по създаване на музикална група, показвайки за първи път подбора на участници и техните взаимоотношения в различните етапи на отсяване. Безпрецедентният успех на програмата води до британска адаптация за соло

изпълнители с франчайза *“Idol”*<sup>4</sup>, от който произлизат *“The X Factor”*, *“The Voice of...”*, *“Got Talent”* и практически всяко друго телевизионно състезание за таланти.

Всички тези формати дължат успеха си не само на допускане на масовата аудитория зад кулисите, но и на въвличането на зрителя във вземането на решения, което му дава сила, присъща на позицията на мениджър в голяма музикална компания. Според изследователя Марк Андреевич това не само допълва универсалността на тези предавания, но и доказва тяхната демократичност.<sup>4</sup> Продуцентите бързо разбират, че персонификацията на изпълнителите и техните житейски истории са от решаващо значение за начина, по който ги възприема аудиторията, и започват да изграждат образите, преди да представят таланта. Те стъпват върху глобално познати приказни сюжети (например този на *„Пепеляшка“*), общочовешки предизвикващи емпатия елементи (мечта, загуба, любов) и най-универсалния инструмент за пораждаване на емоция – музиката.

### Как звучат форматите

Всеки формат има своята музикална идентификация, често жанрово определена. Така например един от първообразите на риалити програмите – предаванията тип *„скрита камера“* имат весело, приповдигнато звучене, което се опира на принципа на безсловесната кинокомедия или анимацията. Използват се преобладаващо духови и ударни инструменти, често, съчетавани с *„игриви“* пиеси за пиано, а в отделни случаи – класически произведения, които или са в тотален унисон, или в тотално противоречие на действието с цел подчертаване на комедийния ефект. Усещане за *„игривост“* – често в умерено темпо, мажор, пъргава мелодия – с трилери, бързи пасажи и прочие.

В състезанията като *“Survivor”* или *“Desafio”* (у нас – *„Игри на волята“*) основните сюжетни линии през целия сезон са две – как отделните племена/отбори се справят с физическите предизвикателства и как съумяват да функционират като колектив, в който има едновременно екипни и индивидуални задачи. В музикално отношение личните взаимодействия между участниците се подчертават с музика, която засилва емоционалните нагласи или сюжети. При сблъсък и конфликт се използват произведения, носещи дискомфорт и напрежение у слушателя. По време на лични изповеди или емоционално наситени моменти целта е да се подсили драматизма и тук се включват клавишни или струнни инструменти. При комедийни ситуации се прилагат приемите на музиката, звучаща в немите комедии. Игрите и надпреварите се изграждат основно върху динамични, на моменти агресивно изградени композиции, често звучащи в ниския регистър. Търси се градиране на напрежението чрез използване на басы, мощни ударни инструменти, модуляции и акценти, подчертаващи съспенса.

Следва да се отбележи, че някои състезания са със значителна продължителност (достигащи три или четири часа) и техният телевизионен вариант надхвърля 45 или дори 60 минути. Те имат собствена драматургия с обрати, повишаване или спад на напрежението, драматични или комедийни моменти и променяща се динамика. В такъв случай състезанието се разделя на сюжетни сегменти, и всеки един от тях има собствено звучене, което в най-честия случай е в унисон с основното настроение на конкретната част. Визуалният разказ се съобразява максимална степен със структурата на композицията и музикалните акценти съвпадат с пиковите в действието, а смяната на кадри следва ритъма на използваното произведение. Цялостното звучене е аналогично на музиката в киножанрове като трилър и екшън.

Кулинарните състезания експлоатират различни стилове музика според това каква е целевата аудитория на конкретния формат. *“Master Chef”* например използва похватите на екстремните формати, с изграждане на напрежение точно както във физическа битка, но провеждаща се в кухнята. Предаването е позиционирано във вечерните часове на делниците и целта е да *„пребори“* всеки друг тип формати, излъчвани по конкурентните телевизии, таргетирайки максимален обем зрители. *“Bake off”* пък обичайно се излъчва в ранен прайм-

тайм (17-19 часа) или уикенда и целта му по-лековато и ненатоваро забавление, предназначено за жени. Подобни кулинарни състезания са разказани със средствата на комедията. *“Hell’s Kitchen”* е хибриден формат, в който напрежението се редува с хумора. В предаването е допустимо използването на звукови ефекти, деформация на хармонията и други, с които допълнително да се акцентира върху комедията, но по време на така наречения *dinner service* сюжетът се разказва на фона на напрегнати композиции в бързо темпо. Вижда се, че макар и принадлежни към един и същи тип програми – кулинарни състезания, трите посочени формата използват различно звучене, съобразено с цялостната концепция и търсената аудитория. Музикалната среда е толкова важна за кулинарните формати, че австралийският вариант на *“Master Chef”* използва изцяло авторска музика, композирана специално за формата подобно на сериалите или филмовите произведения.

Телевизионните риалити формати по правило следват дословно оригинала, и това е заложено в лиценза и правото на реализация. В отделни случаи се правят изключения, за да се адаптира дадена програма за специфична аудитория или регион. Това се налага в региони, в които зрителските нагласи и навици предполагат определена адаптивност. Например в по-малки пазари, като българския, за да може инвестицията на медията да се изплати, се налага да се произведат повече епизоди, отколкото е по формат, или те да са удължено времетраене. По-рядко се допускат и промени в правилата или естеството на продукта. Такъв пример у нас е излъчваното по bTV предаване *„Фермата“*, което – за разлика от оригиналния формат – има по-патриотичен фокус и въвежда събития, куизове и игри, свързани българските история и обичаи. Това неминуемо се отразява на звученето на програмата, което освен присъщите музикални изразни средства включва и много фолклорна фонова музика или интегрира в съдържанието изпълнения на инструменти като кавал, гайда, гъдулка и други.

Така наречените *variety* предавания като *“Got Talent”* предлагат най-голямо разнообразие от участници и изпълнения, и съответно изискват най-богата музикална палитра, търсейки звучене във всевъзможни жанрове – от пародията до мелодрамата. В тях отново присъстват напрежението и съспенсът, но те обичайно са ограничени до края на даден етап, в който се отсяват кандидатите или се им се поставя решаващо важна оценка. Цялата останала музикална среда подплатява естеството на всеки отделен персонаж и/или негово изпълнение. Тъй като в епизод с ефирно време от 60-90 минути се показват между 18 и 25 персонажа, а всеки от тях се представя с не по-малко две композиции, това води до огромно разнообразие от музикални стилове и теми в епизода, като същевременно се цели той да има достатъчно кохерентно звучене в своята цялост.

Важно е да се отбележи, че в предаванията за таланти функцията на музиката далеч не се ограничава до това да е подпомагащ компонент. Често тя има равностойно значение за изграждане на сюжета наред с речта и визията. Пример за това е представянето на Сюзън Бойл в *“Britain’s Got Talent”* (2009), което се превръща в първият световен риалити viral клип в зората на социалните мрежи. Цялото ѝ представяне е изградено в контекста на разказ, според който това е един от най-слабите дни в историята на шоуто и Глазгоу *„има страхотен театър, прекрасна публика и чудесна атмосфера. Но липсва само едно – талант“*. Последната надежда е в 47-годишна неомъжена жена от шотландско селце с население под 1 000 души, която „никога не е целувана“ и живее със своите котки. Всичко това е поднесено в синхрони със силен диалект и подплатено с музика, която изгражда карикатурен, почти анимационен образ на персонажа. Използвани са къси, лековати музикални фрази, духови инструменти, акценти с ударни, придружени от звукови ефекти. Така се подчертава абсурдността на изказа на Бойл и странната ѝ заявка, че иска да бъде звезда като Илейн Пейдж. Търсено е нарочно противопоставяне с представяната от кандидатката песен *“I Dreamed a Dream”* от мюзикъла *„Клетниците“*. Музиката на арията е в пълен контраст с тази от визитката, с наличие на нисък щрайх, арфа, отново силно присъствие на ударни инструменти, но вече тържествени и монументални, с които се постига вдъхновяваща патетика. При внимателно прослушване на изолираните вокали на Сюзън Бойл се чува, че нейното пеене е нестабилно, на места не съвсем точно, но това не прави

впечатление на зрителя заради контекста, в който е представена. Коментарите след изпълнението са отново на фона на *"I Dreamed a Dream"*, с което се доизгражда образа на Бойл и се стига до „най-голямото да, което съм давал“ на Саймън Коуел.

Тази песен не е подбрана случайно. Арията не просто е от репертоара на Илейн Пейдж, не просто е от мюзикъл, тя преразказва и поетизира житейската участ на персонажа и по този начин се извайва приказката на една поостаряла музикална Пепеляшка. Този пример ни води към...

### Музиката в музикалните формати

За разлика от всички останали формати музикалните състезания са изтъкани от широка палитра композиции както при представяне на персонажите, така и по време на техните изпълнения. В този тип телевизионни програми се търси едновременно консистентност в звученето на цялостния продукт и разнообразие в музикалната среда. Ролята и принципите на звученето в изграждането на образите са същите, но тъй като тяхното представяне е изцяло вокално или вокално-инструментално, се отчитат множество фактори при създаването на всеки отделен епизод. Нека вземем за пример формата *"The Voice Of..."*, излъчван у нас под заглавието „Гласът на България“ по bTV.

1. *Музикални стилове.* *"The Voice Of..."* е сред най-престижните и високобюджетни риалити формати в света и осъществяването им изисква огромен ресурс, който на свой ред предполага огромна възвращаемост. Следователно това е предаване, което може да бъде показано само в ефира на водещи телевизионни канали, при това в най-гледаното време, целейки се в максимално широка аудитория. Това обуславя минимум 80% от репертоара да е съставен от много познати и обичани от аудиторията песни от четирите най-популярни жанра в съответната страна. Защо четири? Защото това е броят на треньорите, които оценяват изпълненията – на свой ред асоциирани с различни музикални стилове. Когато песните са нови (от последните няколко години) те трябва да са поне в топ 10 на водещите световни класации, както и в националния радио ефир. Песните от предишни десетилетия са утвърдени класики, които могат да бъдат запети от масовата публика. Останалите до 20% могат да включват не толкова големи хитове или такива от по-малко популярни стилове само ако са пряко асоциирани с персонажа, неговата история или дадено политическо или историческо събитие.

2. *Националност.* Ако спецификите на конкретния пазар не предпоставят друго обичайното съотношение между чуждоезични и национални песни е 75% към 25%. Това се налага по няколко причини:

- Интернационалният репертоар е несравнимо по-богат с изключение на двата най-големи пазара за музика – САЩ и Великобритания, които традиционно произвеждат световни звезди. Това се дължи както на културното им влияние през последния един век, така и на утвърждаването на английския език като своеобразно „есперанто“. Дори на тези пазари се включват песни от други езици и култури, най-често съобразени с етническите малцинства в съответната държава (например испаноезични песни в Америка) или глобални неанглоезични хитове (например *"Gangnam Style"*).

- В по-малките държави песните, изпълнени на местен език, са ограничени като брой. За едно издание на формат като *"The Voice of..."* се използват около 150 до 200 песни само в един сезон, а най-често това не е единственият музикален формат в изпълнения с политематични ТВ канали по време на излъчването. Това води до бърза амортизация и прекалено експлоатиране.

- Заради политически реалности понякога международният репертоар се ограничава до няколко езика – английски, испански, френски, немски и т.н. В следващите няколко издания на музикални формати в Украйна вероятно няма да бъдат включени текстове на руски език поради военния конфликт с Русия; в македонски предавани пък включването на българоезични песни би се изтъкувало като провокация. Освен посочените по-горе езици,

на които се пее, обичайно се включват хитове от съседни страни – например в българските формати често могат да се чуят песни от Сърбия, Гърция, Турция или Румъния.

- Големи музикални пазари с лоялна към собствената продукция зрители и слушатели като Южна Корея, Франция или Германия могат леко да завишат съотношението в репертоара в полза на национални песни, но те все пак не надвишават една трета от всички, излъчени по време на сезона.

3. *Година на издаване.* Обичайно около половината песни са от последните десет години – това помага на формата да звучи „свеж“, а репертоарът да се обновява. Около 25% са песни след 2000 година и последната четвърт са класики от останалите десетилетия с акцент върху 80-те и 90-те (златната ера на стилове като поп, рок, метъл, електроника, ню уейв, фънк, гръндж, рап и хип-хоп). Песни отпреди средата на 70-те се включват като изключение и по правило са мигновено разпознаваеми класики.

4. *Темпо.* По правило между 50% и 60% от песните са с бързо темпо - над 120 bpm (beats per minute – удара в минута); 20-25% са с умерено темпо и също толкова – с бавно темпо – под 75 bpm). Този подбор енергизира аудиторията, носи положително настроение и подчертава ефекта на баладичните песни, които се представят или от персонажи с по-драматична лична история, или от изпълнители с по-голям от обичайния вокален диапазон.

5. *Подредба.* За да се постигне максимално въздействие и да се избегне усещането за повторемост песните във всеки епизод формират различна структура, целяща разнообразие по отношение на:

- стил
- език
- темпо
- жанр
- пол на изпълнителя
- успех на изпълнителя
- емоционален заряд на песента
- емоционален заряд на персонажа
- пикове в епизода, начало и финал.

Всичко това формира музикална палитра, която да задържи аудиторията и да провокира различни емоции, реакции и коментари.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Музикалната среда в риалити форматите е от ключово значение и е също толкова важна, колкото неговите визия или драматургия. Тези компоненти формират своеобразен триумвират, изграждащ „скелета“ на програмата. Звученето на всяка телевизионна продукция има пряко отношение към цялостното ѝ възприемане, изграждането на съдържанието, динамиката на монтажа и визуалните решения. Естеството на композициите, подпомагащи създаването на образи и представените музикални произведения се определя от серия компоненти, с чиято помощ се достига до целевата аудитория.

## REFERENCES

Terrace, Vincent (2011) “Encyclopedia of Television Shows – 1925 through 2010”. McFarland & Company.

Richmond, Ray (2008). “Timeline: 60 years of Reality TV Programming”. Hollywood Reporter.

Andrejevič, Mark (2008) “Reality TV”. Rowman & Littlefield Publishers, INC.

Tsvetkova, Yuliana (2017) “Pop Culture in Europe: Talent Search Shows”. ABC-CLIO USA  
The Voice Production Bible, 2015-2019.