

СТУДГОРОДОК

Детки в клетке

Реалити-шоу построены на эксплуатации человеческих страстишек

Клетку можно назвать «застежкой». «Периметром», даже «домом» — от этого новое увлечение молодых только выигрывает, на деле оставаясь всего лишь клеткой, снабженной камерами. «Самые честные шоу» под названием «реалити» следуют простому принципу зрелищ — одним интересно на людей посмотреть, другим — себя показать. Поэтому и популярны. Нам нравится смотреть, как из гадких утят в считанные месяцы делают лебедей, как строят дома или, на худой конец, просто созерцать естественный процесс добывания и поедания еды. И сегодня российская молодежь, самые активные и смелые ее представители, в своем рвении на «шоу» не отстает от сынов дяди Сэма.

Валентина НИКИФОРОВА, главный редактор телекомпании «ТВ-ИН»:

«Телевидение заинтересовано в рейтинговых передачах — это приток рекламы, а стало быть, и денег. Поэтому многие современные телевизионные проекты, в том числе и реалити-шоу, построены на эксплуатации человеческих страстишек. В данном случае — на подглядывании в замочную скважину. Я — за гуманное, интеллигентное телевидение. И против экспериментов вроде застекленного человеческого зрелища. Впрочем, даже здесь человек проигрывает животному в искренности поведения. Участники шоу быстро оценивают конъюнктуру и делают все, даже вопреки своим убеждениям, чтобы отхватить зветный приз. А он, как правило, нешуточный.»

Можно понять молодежь, которая согласна на любые условия, чтобы стать обладателем квартиры в Москве, дома в Подмосковье, гранта на обучение в престижном вузе... Да и само участие в проекте — тоже реклама, которая может повлиять на дальнейшую судьбу. К публичному показу обычно готовы люди, достаточно уверенные в себе, а это уже заявка на успех. Поэтому участники реалити-шоу зачастую находят применение своим талантам опять же на телевидении, которое их и «застеклило». Пример тому — магнитогорец Денис Кочанов, участник шоу «12 негрят», а ныне — ведущий информационной программы «Время местное» телекомпании «ТВ-ИН».

Популярности «шоу хомячков», как называют эти проекты в народе, способствуют и

возрастные психологические особенности их участников. Молодежи свойственно желание выделиться из толпы: ярче одеться, причешется не как все, сказать что-то оригинальное... Когда еще заявлять о своей индивидуальности, если не в молодом возрасте? Остается надеяться, что телевизионный эфир — та трибуна, которую выбирают для самоутверждения самые смелые и уверенные — станет со временем более разборчивым и менее беспардонным.

«Стать участником реалити-шоу «Голод-2!» — возвестил плакат на центральном столбе университета. Тут же для желающих «найти себя» появилась кипа анкет. Кастинг, как известно, проходил в одном из бутиков торговой галереи «Мост». Процесс оказался не столь

забавным, как я предполагала, но все же любопытным. Видно, в силу провинциальных корней магнитогорский участник — в основном студенчество — шел на кастинг как-то робко, в обход. Многие из желающих голодать мимо заветного места и, лишь оценив ситуацию, возвращались к бутику с серьезным вопросом «Сюда на кастинг?» Когда же потенциальные герои телевизионного шоу стали отворачиваться от моего фотоаппарата — а что уж говорить об устрашающем количестве камер? — вопрос возник сам собой: «А что вы тут делаете, ребята? Зачем насиловать свою природу? Неужели вам больше негде себя реализовать?»

Анастасия ВЕНЕЦКАЯ, аспирант МГУ:

«Мне кажется, на подобные проекты попадают люди, которые еще точно не определились в жизни и им нужно хоть как-то «застеклиться». Ну, и понятно — не без амбиций. Почему такой рейтинг у реалити? Людям нравится смотреть, как другие выставляют себя дураками — есть что обсудить, что осудить: там же драка за феи становится событием дня. В то же время в процессе наблюдения за «зверинцем» люди начинают копировать слова, жесты, поведение героев. В сознании зрителя формируется и оседает сценарий плохого спектакля. Однажды я стала свидетелем сцены, как детский сад на прогулке дружным хором запел: «С нами Ксения Собчак и Ксюша Бородина...»

К слову, информационная программа «Время местное» телекомпании «ТВ-ИН» запустила первоапрельскую «утку» о

якобы готовящемся в Магнитогорске новом проекте реалити-шоу «Три толстяка». Автор этой, казалось бы, безобидной шутки, корреспондент новостей Анна Терехина и не подозревала, сколько объявится желающих выполнить необходимый вступительный экзамен и — во вред своему здоровью! — набрать запредельное количество килограммов, чтобы получить пропуск на телевидение. Ладно бы, если дело было только в физическом насилии над личностью. Те, кто соглашается заснять свою жизнь на пленку, возможно, поступаясь внутренними принципами, идут на неоправданный риск. Серьезных исследований феномена реалити-шоу в России пока нет. Зато есть результаты проектов-близнецов в Америке, которая некогда и стала отправной точкой успеха подобных зрелищ.

Отцом «застекляшки» и ряда других телеопытов является западное шоу «Старший брат» — то самое, которое так громко стартовало 10 мая на телеканале ТНТ. Первая трансляция из дома, наполненного авантюристами и подданными королевы Беатрикс Оранской, вышло в эфир не так давно — 16 сентября 1999 года. В его основу была заложена идея тоталитарного общества Дж. Оруэлла (роман «1984») — идея сталинского режима как воплощения беззакония, превращения человека в винтика, лишнего его как бы то ни было понятий о свободе. «Большой брат следит за тобой» — этот слоган лег в основу жанра реалити. Популярность проекта ураганом пронеслась по Европе, аналогичные программы запустили в 27 странах мира.

Однако для многих последствия телеэкспериментов обернулись трагедией. В опыте британского «Большого брата» был случай, когда один участник бросился на другого с кухонным ножом. А герой польского устройства «Большого брата» был в принудительном порядке доставлен в состояние тяжелого нервного срыва. Знает Европа и случаи суицида.

«Вместо того чтобы более или менее точно отражать как-то внешние события, телевидение превратилось в реальность, с которой сравнивают окружающий мир, — считает Ричард Харрис, идеолог психологии массовых коммуникаций. И касается это прежде всего жанра реалити, явно переступающего грань дозволенного.»

Ольга ПЕТУШКОВА, заведующая кафедрой психологии развития личности МГУ:



«Задача участника реалити-шоу — принять правила и адаптироваться к условиям, предложенным режиссером. При этом человек становится намеренно выбит из колеи и обесцелит зрительно эффективное зрелище. Поэтому героям телешоу достаточно сложно «не сорваться» и держать себя в игре. Большинство участников ведет себя демонстративно и работает «на камеру», потому что это заложено в личных особенностях, благодаря которым они и прошли кастинг. Естественная же природа человека проявляется только в состоянии аффекта. В первом российском проекте «За стеклом» у героев наблюдались явные признаки депривационного синдрома: вялость мысли, обесценение словарного запаса, повышенная агрессивность, возвращение к природным инстинктам. Возникает даже охранное поведение по отношению к «своей» территории, своему парню или девушке. В целом поведение человека в рамках проекта определяется его психотипом. Для кого-то оказаться на публике и показать себя, действительно, полезно в плане самореализации.»

«Там герои чувствуют себя в центре мира и получают от публичности удовольствие и удовлетворение. Однако если у юноши или девушки есть склонность к психопатии, то в условиях долгой изоляции она будет обостряться.»

В запасе у организаторов публичных зрелищ еще много испытаний на прочность тела и духа. Умение голодать и влюбляться по щелчку режиссера — далеко не все, что может предложить зритель голубой экран. В 2005 году телеканал «ТНТ» планирует запустить как минимум пять больших проектов, рассчитанных на разные целевые аудитории. Причем фантазия организаторов с лихвой отработывает рейтинговые деньги. В скором времени герои «зверинца» будут перевоплощаться из мужчин в женщин: осваивать каблук, читать дамские журналы, краситься и одеваться. Или вот еще примерчик — шоу «Обмен женами», в котором новая «жена» постарается стать в чужой семье хорошей матерью и хозяйкой... «Зачем мне позор на мои седины!» — воскликнула мама моей знакомой, которой я предложила попробовать себя на кастинге. Нужен более убедительный довод? Пожалуйста. В апрельском номере студенческой газеты «Денис» под рубрикой «Герой нашего времени» вышла автобиография Дениса Кочанова: «За последний год обо мне узнали в разных уголках России и зарубежья, появились преданные фанаты и знакомства со звездами нашего шоу-бизнеса. Золото я не выиграл, но я нашел себя! После окончания проекта я стал знаменитостью, у меня брали автографы и со мной фотографировались, в прессе периодически появлялись статьи обо мне. В Магнитогорске по всему городу висели плакаты с моей фотографией... Не упускайте свой шанс!» Горстка фанатов и плакаты с фото — такова рыночная стоимость личности сегодня. Поистине: блаженны нищие духом!

«Кто мы живем в мире, где мерцающие экраны стали членами семьи, так, может, стоит написать сценарий для другого, более гуманного спектакля?»

Тайна элитного факультета

АЛЬМА-МАТЕР

Свой факультет техфаковцы МГУ называют элитным. И это мнение преподавателей и студентов во многом оправданно. Доказательство — даже не то, что техфак самый крупный и наиболее технически оснащенный.

Главное — цели и задачи этого «государства в государстве» ультраэлитные. Корни успешного его существования — в умении руководства во главе с деканом В. Наумовым улавливать особенности социально-экономической конъюнктуры и уверенно ориентироваться в рыночных условиях. Благодаря этому в свое время техфак одним из первых отреагировал на общегосударственные изменения в подходе к образованию: как огромный корабль, несмотря на свою внушительность, легко лег на новый курс, отдавая приоритет остро востребованным ныне в России специальностям. И не прогадал.

Сегодня он одет под подготовку студентов сразу по четырем конкурентоспособным специальностям университетского уровня. Среди них, например, «Менеджмент организации». Спрос на финансовых менеджеров растет с каждым годом — предприятия всегда испытывают потребность в грамотных кадрах. Причем Магнитогорский государственный университет, в отличие от других учебных заведений в нашем городе, имеет государственную лицензию на обучение по этой дисциплине, а следовательно, выпускники-менеджеры получают полное высшее экономическое образование. Такая подготовка особенно ценится.

Другое направление, переживающее сегодня бурный расцвет, — «Реклама». Сразу стоит сказать, что рекламщиков в нашем регионе готовят только МГУ. Будущие специалисты пиар-агентов и рекламных компаний учатся на технологическом факультете и знают, что университетский диплом с заветной специальностью — лучшая реклама для них самих. В большой мир студенты-техфаковцы выходят, владея навыками маркетинговых исследований, знаниями о системах художественных образов, опытом оказания информационных услуг и другими атрибутами по-настоящему квалифицированного специалиста в области рекламного дела.

«Коммерция», «Маркетинг», «Дизайн архитектурной среды», «Экономика», «Технология и предпринимательство» — эти и другие сверхактуальные специальности открыты на факультете или начнут набор в ближайшее время. Ведь рынок постоянно требует новых коррективов во вчерашние представления. А техфак всегда был чуток к внешним процессам, прочные контакты с окружающим миром — его неоспоримое достоинство. Сегодня с факультетом сотрудничают ведущие вузы России: от знаменитого МГИМО — Московского государственного института международных отношений, до харизматичного Калужского государственного университета имени К. Циолковского.

Ренат ФАХУТДИНОВ.

В. И. Ленин в роли ковбоя

«Физический капутник-2005», прошедший недавно в МГУ, окончательно убедил всех, что весна — это действительно оживленно и весело.

Страсти на тему физики разгорались нешуточные. Декан факультета автоматик и вычислительной техники Д. Девятков поздравил участников традиционного капутника и предположил, что с такими успехами студенты еще пятю законам в физике откроют. Пока зал полнился опустошенно-шумной поддержкой болельщиков, на сцене заиграла девушка из танцевального коллектива «Мастер-дэнс».

Сценарий для команд-участниц был обычным: приветствие, разминка, домашнее задание «Неизвестные факты известных открытий». Команда механико-машиностроительного факультета «Высокое напряжение» открыла встречу по всем правилам: фэйерверки, хлопушки и полубезумная Тина Канделак местного «розлива». Более молодая команда факультета «Механизаторы» в свою очередь внесла предложение о днях вежливости в вузе: все ненужные слова заменяются на «ни». Правда, никто не уточнил, где взять такое количество «ни». Команда архитектурно-строительного факультета «Короткое замыкание» дерзнула своей вариацией Ленина в роли ковбоя. Так или иначе, но все выступления старательно возвращались к физике. Горняки продемонстрировали политическую подготовленность, пройдясь по Чубайсу: «Подсвечник «Чубайс держит свечку» вы сможете приобрести в магазине электротоваров». Команда химико-металлургического факультета пошла беспорядочным путем: немного теории в виде лиричной композиции про науку и, конечно, опыт — «Влияние массы пули на болевые ощущения лаборанта». Команда «Электрон» тоже не обошлась без экспериментов: «Если студенту дать точку опоры, он... уснет».

Ребята не обидели и жюри, взявая к его милости при помощи легкого шантажа: «Руку дружбы протяни, или мы помоем ноги». Уговорили. Кроме дружбы, на piedestal взошли команды «Высокое напряжение», «Электрон» и — в качестве абсолют — факультет технологии и качества. Сладкие призы подарены, уважение коллег заслужено, списхождение преподавателей на экзамене по физике обеспечено.

И напоследок — несколько оригинальных открытий прошедшего капутника:

- Кто сделал Эйнштейну такую модную прическу?
- Энергофак.
- Почему наш капутник не ведет Денис Кочанов?
- Ну, Масляков же «масленницу» не ведет.

Евгения ТРОФИМОВА, студентка МГУ.

НОВОСТИ

И городу польза

В магнитогорском филиале Уральской академии госслужбы состоялась межвузовская студенческая конференция «Управление социальными и экономическими процессами в условиях промышленного города». Конференцию провела кафедра экономики и управления.

Студенческая конференция по данной тематике в нашем филиале — первая. В работе конференции студенты затронули проблемы деятельности администрации муниципального образования по социальному и экономическому развитию промышленного города, социального управления и управления его экономическими процессами. Весьма актуальными являются темы докладов. Среди них — перспективы снижения безработицы, управление муниципальной собственностью на примере организации работы комитета управления имуществом при администрации города, вопрос о государственной политике в сфере ипотечного кредитования.

Кириллица и NIGMA

Студенты Московского государственного университета запустили в виртуальное пространство новую универсальную поисковую машину NIGMA, которая использует совокупную мощь сразу пяти самых популярных в российском сегменте сети «интернет-ишесек»: Yandex, Rambler, Google, Yahoo и MSN.

По утверждению разработчиков, работа над проектом продолжалась всего два с половиной месяца. Несмотря на это, на сегодня NIGMA — самый мощный поисковик — дает возможность поиска на кириллице с учетом изменения морфологии слова.

Война плагиату

Ректорат Высшей школы экономики (ВШЭ) одобрил «Положение о плагиате» — нарушении прав на интеллектуальную собственность в вузе. Этим уставным документом ВШЭ собирается покончить со списыванием, перекачкой рефератов из интернета, «подсадными утками» на экзаменах и даже использованием чужих мыслей без ссылки на первоисточник. Уличенному в плагиате студенту ВШЭ может грозить исключение из вуза.

Положение о плагиате, считают во ВШЭ, должно стать контрактом студента с вузом. В документе изложены правила авторской работы и наказание за использование чужих мыслей вплоть до незаказанной цитаты. Если за первое списывание студенту грозит «неуд» и требование работы переписать, то на третий раз его исключают из вуза. Найти плагиатора, по мнению администрации ВШЭ, не составит труда: задав в поисковике ключевые слова сомнительной работы, профессора обычно обнаруживают чужой источник. При этом у обвиняемого в плагиате студента останется право оспорить оценку в апелляционной комиссии. Позицию ВШЭ поддерживают многие вузовские администрации.

По материалам электронных СМИ.

Жизнь не зрелище и не праздник; жизнь — трудное занятие.

Джордж САНТАЯНА.

Перформанс — не преферанс, работать надо

ПРАКТИКА

В апреле прошла первая производственная практика будущих дизайнеров по рекламе — студентов четвертого курса технологического факультета МГУ. Первый университетский выпуск специалистов по рекламе состоится в следующем году. Однако уже сейчас многие из ребят уверены, что проблем с трудоустройством у них не предвидится. Спрос на дизайнеров по рекламе высок. Работы хватает и студентам: многие из них представили свои творческие портфолио в конкурсе вакансий на должность дизайнера в различные рекламные агентства, победители конкурса приняты в штат на должности. Погружение в мир рекламной индустрии на практике оказалось весьма плодотворным. Студенты осваивали мастерство делового общения и технологии проектирования рекламных продуктов, разрабатывали новые концепции рекламного агентства, знакомились с инновационными рекламными методиками, участвовали в профессиональных конкурсах, перформансах,

деловых тренингах, маркетинговых исследованиях рекламного рынка.

За оставшиеся полтора года обучения студентам предстоит выполнить нелегкую, но интересную работу — создать и подготовить к внедрению на рынок свое малое предприятие по рекламе, предлагающее новые рекламные услуги. Первые результаты этой деятельности уже налицо. Студентка А. Холодова, победительница региональной олимпиады по маркетингу и рекламе, прошедшая стажировку за рубежом, совместно с однокурсниками вышла на реальный рынок. Сегодня ребята трудятся в недавно зарегистрированном ими рекламном агентстве «Макси-М». Сильный состав подобрался и у другой студенческой группы: Р. Махмутов — дипломант регионального конкурса «Золотая мышь», К. Мартынов — автор и руководитель студенческого проекта «Флэш-моб в рекламе», С. Попов, прошедший переподготовку в Московской академии предпринимательства. В период текущей производственной практики они готовят к реализации технически сложный проект рекламы он-лайн образова-



Абитуриенты рекламного отделения на вступительный экзамен по графике представляют альбом творческих работ, который будут в течение пяти лет непрерывно пополнять реальными рекламными разработками. Александр КУЛИКОВ.

Материалы полосы подготовила Юлия СЧАСТЛИВЦЕВА.