

Радиосериал «Дом 7 подъезд 4»: концепция и особенности производства

Научный руководитель – Сырков Геннадий Владимирович

Сапрыкина Вера Максимовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: sapr.v@list.ru

«Дом 7 подъезд 4» был уникальным по своей форме и содержанию продуктом в отечественном радиоэфире. Взяв за основу опыт британской «мыльной оперы» «Арчерз» и традиции советского радиоспектакля, Фонд независимого радио совместно с Би-Би-Си МПМ создали просветительскую программу, которая почти за 15 лет своего существования изменила жизнь нескольких поколений слушателей.

Целью исследования было проанализировать исторический контекст и место сериала в нем, методологию работы продюсерской и сценарной групп и влияние содержания на формирование новой модели поведения и быта аудитории. Работа состоит из трех частей: традиции создания просветительских программ в отечественном и западном радиоэфире до 1993 года; обстановка в стране на момент появления сериала и первоначальные задачи, стоявшие перед редакторами (период 1993-1995 [1]); и технология их реализации.

В 1993 году посол Великобритании в Москве сэр Брайан Фолл и представитель Всемирной службы BBC Джон Тюса представили новый «План Маршалла» (Marshall Plan of the Mind), разработанный английской радиокорпорацией для того, чтобы дать российским слушателям «глобальное представление об экономических делах и бизнесе в актуальной и понятной для них форме». План состоял в создании ряда художественных передач на территории бывших советских республик, где в игровой форме решались кейсы из сферы политической, юридической и социальной сфер жизни общества [1]. Самым успешным [1] среди этих проектов стал сериал «Дом 7 подъезд 4», выходявший на волнах «Эха Москвы» и «Радио России».

Для большей интеграции в сознание аудитории была выбрана стратегия создания сериала «для всех»: герои были различных архетипов и профессий, чтобы каждый слушатель мог найти в них себя. Они разводились, продавали квартиры, голосовали на выборах, становились жертвами коррупционеров и т.д. Михайловы (семья главных героев) порой совершали и неверные поступки - аудитория наблюдала за результатами их решений, что приводило к обучению от обратного.

К концу 1990-х годов в жизнь героев чаще стали вмешивать политику (выборы президента, Вторая чеченская кампания и проч.). Сценаристы привлекали внимание слушателей к реальным событиям в мире, «призывали» к сопереживанию им вместе с героями сериала и через последних давали происшествиям свою идеологическую оценку. После 2000-го года курс сериала сменился на «социалку»: осуждение проблем ЖКХ, освоение новых технологий и обсуждение экологических проблем. Выбор этого направления исходил из политики редакции и требований аудитории [3].

Методами привлечения аудитории стали не только резкие повороты сюжета (в том числе смерть героев, теракты), но и серия сопутствующих сериалу акций: выпуск альбомов, посвященных героям сериала, конкурсы на создание отдельных серий. Все это получало массовый отклик слушателей, а редакция получала гору писем. В последних были благодарственные отзывы и истории о том, как события сериала помогают слушателям в жизни. В то же время продюсеры вплоть до середины 2000-х годов сталкивались с критикой обвинениями в навязывании западных ценностей.

Методы работы создателей сериала были безусловно эффективны и соответствовали потребностям аудитории. Опыт сериала «Дом 7 подъезд 4» заслуживает внимания как эксклюзивный социально-просветительский проект в современном медиапространстве. Культура потребления радиоматериалов в обществе с момента закрытия в середине 2000-х сильно изменилась, но основные методы работы и приемы сюжета заслуживают анализа и интеграции в создании будущих просветительских программ.

Литература

Источники и литература

- 1) Грачев Д., Воскресенская И. «Формула мыла». М.: Фонд независимого радиовещания, 2005. – 101с.
- 2) Радиосериал «Дом 7 подъезд 4». Сценарии серий. 1993-2005.
- 3) Расшифровки интервью с исполнительным продюсером сериала Ириной Воскресенской.
- 4) Гуревич П. С., Ружников В. Н. Советское радиовещание. Страницы истории. – М. : Искусство, 1976. – 389с.
- 5) Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. - СПб.: Алетейя, 2008.