

О. М. Косюк – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії літератури, зарубіжної літератури та журналістики Волинського державного університету імені Лесі Українки

Reality show

(модифікація вічних робінзонад у просторі електронних ЗМІ)

Роботу виконано на кафедрі теорії літератури, зарубіжної літератури та журналістики ВДУ ім. Лесі Українки

Проаналізовано наявні у сучасному інформаційному медіапросторі реальні шоу в аспекті їх порівняння з найдавнішими ритуалами та літературними творами, які містять мотив вічних робінзонад.

Ключові слова: реальне шоу, гра, ритуал, мотив, першоджерело, он-лайн.

Kosiuk O. M. Real Shows (modification of eternal Robinsonhoods in the sphere of electronic Mass Media). Real shows available in the modern information space in the comparative aspect with the most ancient rituals and literature works that include the motives of so-called eternal Robinson-hoods are analysed in this article.

Key words: real show, play, ritual, motive, primary source, on-line.

Ритуали можуть бути кривавими, ініціаційні випробування – жорстокими, мажоранські – жахливими, але в сукупності уся подія зберігає святково-розважальний характер (Й. Гейзінга).

Ведучи мову про аксіологію явища робінзонад, дуже легко потрапити у пастку вже відпрацьованих стереотипів, адже з часу написання “Життя і надзвичайно дивовижних пригод...” мотив переродження в екстремальних умовах не зникав з обличчя естетико-комунікативних систем. Численні наслідування, переробки, дописування призвели до того, що у світовому океані не лишилося жодного острова,

не зайнятого яким-небудь із незліченних нащадків Робінзона. “І тоді вони почали селитися у пустелях, джунглях, саванні, преріях, поблизу Північного та Південного полюсів, на гірських хребтах, у кратерах вулканів – всюди, куди лиш заносила їх бурхлива уява авторів” [2, 159]. “Гарні” й “погані” робінзонади у мистецтвах теж змішалися. З’явилися навіть полемічні – без робінзонів – та антиутопії, у яких за несподіваних обставин відірвані від світу люди немовби проходять зворотну еволюцію.

Отже, робінзонада – один із вічних загальнолюдських мотивів. Кожна епоха надає йому нового соціального та філософського звучання, а притчевий характер явища допускає безліч тлумачень. Однак, як справедливо зазначила С. Павличко, люди не дуже люблять „ініціційно зумовлені” моральні уроки, тому кожна нова “пігулка” “повчальних” пригод обов’язково має бути чимось підсолоджена, “вона має бути дотепною, розважальною, чи у якийсь спосіб захоплюючою” [12, 49].

Останнє твердження якнайбільше стосується сучасних робінзонад у їх медіавияві (мовою масової культури – у форматі реального ТБ).

Термін „реаліті шоу” (reality show) ввійшов у лексикон у вересні 1999 р., коли на нідерландському телебаченні (телеканал „Вероніка”) вийшов перший варіант програми „Великий брат”. Майже одночасно на телеекранах українського (радянського) телебачення з’явився активно розрекламований компанією "ВИД" та командою телепрограми "Погляд" надзвичайно популярний і до сьогодні “Останній герой”. Нині в інформаційному просторі реальна гра транслюється у різних інтерпретаціях: російській, українській, американській тощо. Пізніші модифікації reality show (“За склом”, “Дім”, “Гарем” тощо) мають лише заокеанських попередників. Хоча, на наш погляд, цілком допустимо вважати, що всі вони вже іманентно (у своєму медіавияві) несамоцінні, оскільки є інваріантами мандрівних сюжетів вічних робінзонад, які теж не оригінал, а трансформація з ритуальних ініціційних обрядів-випробувань.

Мета усіх “робінзонад” однакова – випробувати людину в реальних екстремальних ситуаціях. Однак завдання “мешканців безлюдних островів”

здебільшого різні. Продемонструємо це, здійснивши компаративний аналіз сучасних медіапроектів “Останній герой” та “За склом”.

Учасники проекту "Останній герой" потрапляють на безлюдний острів. Гравців шоу “За склом” поселяють в окремих будинках. Завдання гравців обох робінзонад однакові – вижити. У першому випадку в світі дикої природи, у другому – бізнесу (щоправда, як виявилось, ці світи мало чим відрізняються).

На перший погляд шоу дійсно гідні називатися антиробінзонадами, бо, якщо “першоджерело” (легендарний герой Даніеля Дефо та його витокові прототипи) виживав, аби повернутися до людей, а гроші для нього не мали жодної цінності, тут відбувається якраз протилежне: сучасним „робінзонам” важливо "вижити" усіх людей і лишитися з грошми.

І навіть, незважаючи на це, загалом продюзовані мас-медіа проекти справляють доволі приємне „цивілізаційне” враження. Вкрай негідна поведінка тут (на відміну від раніших модифікацій та ритуальних дійств) велика рідкість. Відчувається, що подібні випробування все ж для людей небуденних. Знаковою у цьому сенсі є загибель під час лавини першого ведучого телешоу – Сергія Бодрова (тіло якого і досі не знайдене і перебуває десь у зоні вічної мерзлоти).

Умови життя "шукачів пригод" із шоу "За склом" та подібних “камерних” дійств набагато кращі, у тому розумінні, що в приміщенні (на відміну від природнього середовища) немає особливих небезпек, хоча разом з тим немає й романтики та ентузіазму першовідкриття, ще й камери стоять на кожному кроці, транслюючи усе табуйоване через Інтернет. Однак і тут вартісні гравці в екстремальних ситуаціях діють непересічно і, забуваючи про винагороду, найчастіше захищають саме колективні інтереси (навіть ціною виходу із гри).

Найжорсткіша умова реальних шоу – виживання найсильнішого і найхитрішого. Подекуди процес такого “природного відбору” виглядає не надто цивілізовано. Свого часу творці інтелектуального “Що? Де? Коли?” відмовилися від так званого „правила виживання”. “Які ж психологічні сили діятимуть у цей момент? – сказав тоді магістр В. Ворошилов, – чи спроможеться колектив на те, щоб,

намацавши слабку ланку, відверто сказати комусь: “Ти найслабший! [...] Іди!” [7, 131].

Однак ідея реального шоу (вже за задумом!) суттєво відрізняється від ідеї створення та проведення інтелектуальної (читаймо: благородної) гри. Формат reality show вимагає, щоб крива вчинків задіяних “робінзонів” хиталася між "Кораловим островом" Баллантайна та голдінгівським "Володарем мух". Тут обов'язково має бути позитивне та негативне – інакше не цікаво було б спостерігати (люди завжди любили підглядати, тому, напевно, тележанр, який дозволяє це робити легально, і має таку величезну популярність).

Як повідомляє „Телекритика” від 28.07.05, у Франції фінали реальних шоу побивають за рейтингом канський репортаж, в Іспанії – футбольні матчі. У Німеччині створено цілий телеканал для перегляду reality show, що працює двадцять чотири години на добу. Людські стосунки он-лайн набувають популярності навіть у мусульманських країнах [15]. Не останню роль, вочевидь, відіграє те, що такі шоу коштують у кілька разів дешевше, ніж не менш споживана телепродукція – серіал (на 45 хв. серіалу треба витратити 100 тис. дол., шоу можна зробити за 10 тис. дол.), щоправда, за законами жанру, його не транслюють двічі.

Як повідомляє журнал „Forbs”, з 2004 р. найпопулярніше у США шоу – “Amerikan idol” („Народний артист”) з прибутком 261 млн. дол. На другому місці “Survivor: Pearl Island („Останній герой”) з прибутком у 73 млн.дол. і рекордним охопленням аудиторії: фінал шоу дивилося майже 40 % усіх телеглядачів США. Третє місце посів “Apprentice („Кандидат”).

Середньосвітовий рейтинг реального телебачення давно сягнув 20%. Це означає, що 1.3 млд. людей надають перевагу саме цьому жанрові. Справжній бум реальне телебачення переживає у Західній Європі (там реаліті-шоу складають 40 % усіх програм [там само]. Безліч естрадних зірок, топ-моделей та бізнесменів – продукт саме новітніх шоу-програм.

У США на реаліті-шоу вирішили „виготовляти” політиків. За задумом режисерів-постановників, новий проект під назвою „Read/Blue поселяє в особняку

під наглядом камер і мікрофонів 12 осіб. Учасників поділяють на команди консерваторів і лібералів. “Напівфабрикати” політиків, проявляючи політичні здібності, виконують різноманітні завдання. Щотижня з команди випроводжають одного учасника. “Останній з могикиан” отримує 1 млн. дол. на „політичні цілі”[там само].

Слід, зауважити, що в американському медіабізнесі існує яскрава тенденція усе, навіть весілля (першими, хто наважився це зробити були Джессіка Сімпсон і її чоловік Нік Лейчі [11]), похоронні та судові процеси (суд над Саддамом Хусейном транслювався в прямому ефірі телебачення, а страта в мережі “Інтернет”), перетворювати на reality show. Анонсуєчи сенсаційне „видовище з Хусейном”, телевізійники обіцяли: “Ви матимете ще одну чудову нагоду розважитися! Сенсації та скандали, – постійний супровід колишнього диктатора, тому дуже цікаво, що він ще може утнути!” [6].

Аудиторія реаліті-шоу стабільна. За повідомленням TNS Gallup Media, типовий їх глядач – жінка (92 % аудиторії). Щодо віку споживачів, то він може бути різним, однак особлива активність спостерігається серед осіб 40-54 літ. Майже 60 % прихильників цього жанру – люди із середньою освітою.

Високі рейтинги реаліті-шоу підтримуються „полуничкою” (зображенням сексуальних сцен). Навіть якщо секс не потрапляє до телеефіру, його транслюють через Інтернет (так на Yahoo можна побачити відверті сюжети з реаліті-шоу Марка Барнетта (США) (без купюр, які робляться цензорами телеканалів задля публічної коректності [11]), на Rambler – “випроботи” телеканалу “Інтер”). За спостереженнями творців реаліті-шоу, помічені в еротичних зв'язках гравці отримують більшу кількість глядацьких голосів. Отже, еротика й порнографія – найзадіяніша фішка новітніх „ініціацій” (традиційних перероджень людини через емоцію, яку пробуджує оголене тіло).

Добре, що „реальні” шоу усе-таки мають кінець, бо, відчувши себе центром “магічної дії”, гравці часто починають жити у віртуальній реальності, забуваючи, що усе це – лишень химерний маскарад. І тоді фінал гри приносить справді гіркі

розчарування.

Однак, слід наголосити, що у сучасних робінзонів є набагато сильніший за елементарне виживання стимул – гроші. Особливо актуальним цей рушій стає для учасників так званих комерційних шоу, на кшталт „Слабкої ланки”, „Лото-забави” тощо.

Ф.Достоевський, використовуючи мотив гри у своїй творчості, розрізняв дві категорії розваг на гроші: одна – джентльменська, друга – плебейська, як він зазначив: „Корисна гра всякої наволочі” [4, 337]. Не хотілося б вживати подібне порівняння щодо сучасних комерційних ігор, але...

Не так давно на екранах телевізії з’явилося (і вже навіть встигло зникнути) шоу "Слабка ланка" ("Інтер") – російська інтерпретація західної формули бізнес-шоу. На перший погляд у телепрограмі немає нічого особливого: команда гравців, чарівна ведуча, запитання із різних галузей знань, що мають неоднакову вартість. Гра, нібито, командна. Хоча жодній групі людей згуртуватися ще не вдалося, бо кожен гравець мріє про одне: вийти у фінал і стати переможцем. Однак гроші в "банк" кладуться усіма гравцями, а от кінцеву суму отримує один. До того ж, перемагає як правило не найрозумніший, а найхитріший (той, хто зумів “вигнати” з рингу ерудованіших суперників). Саме доволі обмежені в інтелектуальному плані люди, які, уподібнюючись керроллівській літературній героїні, поняття не мають, що таке паралелі, а що – меридіани зазвичай опиняються у фіналі. А той, хто чесно заробляв гроші, – залишається ні з чим. Гра живе за принципом Таліона: око за око, зуб за зуб. Імпозантна ведуча Марія Кисельова дозволяє собі питання на кшталт: “Хто захлинувся у потоці інформації?”, “Кого видалити як хворий зуб?” тощо. "Видаленим" відразу даються убивчі характеристики: "Ви – слизька людина!", "Спілкуватися з Г. – все одно, що пестити жабу!", "Чим вищий зріст, тим менше розуму!", "Усі ви покидьки і пацюки!". Подібним "компліментарам" та відсиланням до "матеріально-тілесного низу" "на переродження" позаздрив би Двір Чудес та усі блазні середньовіччя. Добрі "ми" й лихі, "вони" – антитеза колективного несвідомого доби племінних сутичок, – зазначає О. Забужко, – “логіка” наступна:

"ми" – добрі – просто мусимо звести зі світу "їх" – недобрих. Отже, назване шоу ще нав'язливіше, ніж усі попередні, повертає нас до витоків людської цивілізації.

“Ми не були б такими суворими до сучасних reality show на телебаченні та у мережі, – зауважує сучасний дослідник реальних шоу Б. Потятиник, – якби подумки повернулися до першоджерел. Перший великий інквізитор Томас Торквемада, духовник Ізабелли, демонстрував страти переважно на великі свята. Тільки у 1481р. він розпорядився спалити 12 тисяч євреїв [...] прототипи на майданах середньовічних міст часом набагато перевищували за жорстокістю сьогоденні reality show на телебаченні чи у мережі. То чи може яблуко відкотитися від яблуні аж так далеко, як би того хотілося медіакритикам?” [14, 4-5].

Опираючись на дослідження відомого знавця доісторизму Карла Керен'ї, шведський психолог А. Гугенбюль припускає, що у техногенну перехідну добу, як і на зорі цивілізацій, у деструктивній поведінці людини підспудно діє обов'язковий компонент обряду переродження (ініціації) – рецедив “злочину супроти божественного порядку”. Тому насилля постає ефективною і бажаною можливістю всебічного соціального процвітання.

Таке уявлення про насилля та злочин антропологічно сягає зареєстрованого етнографами у багатьох первісних народів світу архетипу “чоловічого дому”. “Чоловічий дім” – це спільне проживання юнацтва, що зазвичай є компонентом ініціального обряду (випробування-посвячення у повноправні члени племені). У такій “оселі” молоді люди вели відокремлене життя, їжу добували “узаконеною ритуальною кражею”, жіноче тіло як “механізм задоволення” “вивчали” через посередництво численних звалтувань (проміскуїтет); позитивні ж емоції та почуття спрямовувалися виключно на власну стать. У цьому замкненому, густозамішаному на еротиці, співтоваристві діяла своя ієрархічна система, котру Жан Поль Сартр співставляв із феодальною. Пристрасне обожнювання, що його відчуває юнак до “крутих”, злодіїв і особливо до вбивець – це та ж сама прив'язаність васала до сюзерена, підмайстра до майстра, благоговіння клірика перед святим. Крадіжки й пограбування у такому світі сприймаються як певного роду священнодійства, щось

на кшталт принесення жертви язичницькому божеству [3]. Думку А. Гугенбюля поділяє С. Павличко: “Чоловічі і жіночі групи, статеві сегрегація. Спорт як чоловіча солідарність. Війна. Чоловічі дома. Ініціації, приниження молодих чоловіків до статусу жінки, гомосексуальні настрої. Усе це фалічна культура. Садизм, нарцисизм”, – писала вона [13, 161]

На наш погляд, усі названі переверзії тією чи іншою мірою наявні не лише в розважальних проектах, а й у багатьох новітніх замкнених корпораціях, що все частіше потрапляють на екрани електронних засобів масової комунікації як привілейована інформація, що користується попитом (здебільшого у вигляді художньо-документального та художнього кіно). Варто пригадати хоча б найкасовіший фільм про італійську мафію “Спрут”, російський “Бандитський Петербург” та “наш” (російськомовний) – “Останній день буржуя”, в інтерпретаціях яких увесь “прекрасний” злочинний світ під музику Енніо Маріконе плавно переходить у дійсність – на злочасну планету, “заселену кровожерливими створіннями, що безперервно один одного винищують” [9, 151].

Отже, захоплення злом є “об’єктивним психологічним життям” людства, тобто, найактивнішою, найзадіянішою поведінковою моделлю його існування, котра відображає суттєве у сфері індивідуального та колективного буття. Ще Аристотель наголошував на тому, що художнє зображення – навіть найнеприємнішого – може приносити неабияке задоволення. Вихідна тяга людства до насилля нікуди не зникла, вона навіть не замаскувалася крихкою пеленою культури.

Слід зауважити, що насилля у просторі новітніх електронних ЗМІ все більше естетизується, використовуючи так званий “казковий” формат і наближаючись таким чином до кінематографії. Маємо на увазі ретрансльований за французькою формулою проект “Форт Буаяр”, у якому команда з п’яти учасників намагається розгадати кодове слово, яке відмикає фінальну призову скриню із золотими монетами. На шляху до перемоги на учасників чекають десять жорстоких випробувань. Казковий формат шоу дозволяє уникнути багатьох неприємних моментів, що присутні в інших реальних проектах, наприклад, “Слабкій ланці”. Вже

навіть реклама проекту налаштовує реципієнта на позитив: “Канал 1+1 пропонує Велику пригоду! Немає такої людини, яка (бодай раз у житті) не мріяла б опинитися у вирі захопливих подій, пройтися старовинним замком, побачити привидів і казкові скарби!”

На превеликий жаль, на кіноекранах смерть і катастрофи давно перетворилися у розважальне реаліті-шоу. Те, що ще неповних два покоління тому переживалося як трагедія, із супровідним катарсисом, нині однозначно обернулося на гротеск [5, 28], суто середньовічне (карнавальне) сприймання дійсності: "Голова тріснула у дев'яти місцях, одному із свідків зламали праву руку, а другому вивихнули верхню щелепу, у результаті вона наполовину закрила йому підборіддя, а язичок висунувся назовні", – писав Рабле –, і все жартома (ot le tont en raint!) [1, 480].

У непосвяченого в класичну літературу одразу може виникнути запитання: з якого ж це телепроекту? На що доречно відповісти: з будь-якого, бо, якщо увімкнемо телевізор, – скрізь побачимо “карнавально-кухонно-хірургічне” розчленування тіл “он-лайн”: звучить готична музика, палають рекламні “вогнища”, завивають сирени кров тече, наче вино, бійка переходить у святкування, а биття набуває якогось еротичного змісту. Таке величезне „жертвоприношення” справді розважає глядачів не гірше, аніж його найдавніший (ритуальний), середньовічний (майданний) та літературний двійники. Усе це “логіка” карнавального стилю. Не вистачає хіба що "веселого воскресіння". Ядром подібного "жаху" є саме його лудологічна простота.

Медіаексперти з „Кіно-кола” [8], які проводили спеціальне журналістське розслідування, зазначили, що нажахати реципієнта набагато легше, аніж приємно здивувати: “Така наша біологічна сутність: негативні емоції і стани у процесі еволюції виникли значно раніше за позитивні, тому це могутніші і сильніші патерни. Простір первісного хаосу, звідки черпають глядачі та творці-аудіовізуали, на жаль, лишається привабливішим, аніж оспівана митцями гармонія” [8].

У фольклорі багатьох народів існувало уявлення про те, що у міфічні часи люди володіли надзвичайними здібностями: вміли літати, знали секрети вічної молодості тощо; але згодом позбулися цих здібностей, втративши магичні прийоми.

Можна сказати, що науково-технічна революція повертає ці магичні прийоми – і люди знову можуть літати, оживати, перетворюватися... Технічні досягнення збільшили наші можливості, однак не зробили скептичнішими. Техногенні проблеми, катастрофи, війни – усе це сприяє росту есхатологічних настроїв. За допомогою мас-медіа подібні настрої “підігріваються” ще й чутками про те, що люди можуть загинути від озонових дір, потопу, глобального потепління тощо (залишаться, як завжди, – вибрані. Робінзони?). Сучасне українське суспільство, на думку М. Мариновича, живе наче подвійним життям: зовні воно, може, навіть ще більш [...] заземлене, ніж раніше, проте у потаємних схронах душі пульсує тривога апокаліптичного очікування й містичний страх катастрофи” [10, 6]. І бажання, попри все, – вижити? Саме тому творці різножанрових та різноформатних проєктів електронних ЗМІ постійно звертаються до мотиву вічних робінзонад, примушуючи мас-медіа “грати” в азартну ретрансляційну гру, вислідом якої є задоволення предковічних потреб, що не спростовуються жодними здобутками цивілізації.

Література

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – 2-е изд. – М.: Худож. лит., 1990. – 543 с.
2. Брандіс Є. Нащадки Робінзона Крузо // Всесвіт. – 1970. – №7. – С. 157–160.
3. Гугенбюль А. Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. – СПб.: Гуманитарное агентство “Академический проект”, 2000. – 220 с.
4. Достоевский Ф. М. Игрок. – М.: Правда, 1985. – 480 с.
5. Забужко О. Хроніки від Фортінбраса: Вибрана есеїстика 90-х. – К.: Факт, 1999. – 340 с.
6. Из Садама Хусейна зроблять телезірку // Експрес.– 2005. – 4–11 серп. – С. 1.
7. КВН: Взгляд через четверть века // Телевидение вчера, сегодня,

- завтра. – М.: Искусство, 1987. – С. 84–98.
8. Kino-Коло. – 2004. – №22
 9. Лотреамон. Из песен Мальдорора // Иностранная литература. – 1993. – №1. – С. 151.
 10. Маринович М. Уникнення апокаліпсису: шанси та ілюзії // Уникаючи апокаліпсису: Зб. ст. та матеріалів з філософії масової комунікації. – Л.: ЗУМЦНЖ, 1999. – С. 29– 37.
 11. На весілля Брітні Спірс запрошено кілька мільйонів гостей // <http://uzhgorod.net.ua/pro/music/61/>
 12. Павличко С. Лабіринти мислення. – К.: Наук. думка, 1993. – 104 с.
 13. Павличко С. Фемінізм. – К.: Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2003. – 387 с.
 14. Потятиник Б. Reality show у мережі, телебаченні і в житті // Нові шляхи комунікації. – 2002. – №3. – С. 4–5.
 15. У США на реаліті-шоу вирішили робити політиків // <http://www.Telekritika.kiev.ua/review/?id=23439>

Адреса для листування:

Волинська обл., Луцький р-н, с. Городище-1,
вул. Дружби, 18, п./в. Гірка Полонка.

Тел. 70-90-63, 4-83-21.

Ел. пошта: o_kosuk@ukr.net