

УДК 316.42

## ВІДОБРАЖЕННЯ ПРОБЛЕМ СВІТУ ТА ЛЮДИНИ У РЕАЛІТІ-ШОУ

Елеонора ШЕСТАКОВА

*Донецький національний університет,  
вул. Університетська, 24, м. Донецьк, Україна, 83001*

Проаналізовано провідні реаліті-шоу з погляду того, як вони відображають кардинальні проблеми сучасного світу та людини.

*Ключові слова:* реаліті-шоу, інформаційне суспільство, проблема людини, сучасний світ.

Реальне шоу – синтетичне культурне явище, яке породжене складною й багато в чому провокаційною для життєдіяльності людини й культури епохою розвиненого інформаційного суспільства. Реаліті-шоу надзвичайно швидко розвивається, захоплюючи повсякденність сучасної звичайної людини, провокуючи, спокушаючи її статусом та життям «зірки». Реальне шоу – показовий, знаковий репрезентант розвиненого інформаційного суспільства, героєм якого, з одного боку, стала «Людина Віртуальна, що нерухомо сидить перед обчислювальною машиною, займається любов'ю за допомогою екрана й привчається слухати лекції по телевізору» [1; 76], а з іншого боку, Комп'ютер – «машина не лише для збору інформації, але й *машина автоматичного бачення*, яка працює в просторі повністю віртуалізованої географічної реальності», коли «перебуваючи усередині офісів або квартир окремих ексгібіціоністів, камери дозволяють у **реальному часі** дізнаватися про те, що діється в той же самий момент на іншому кінці планети» [3; 21] (всі виділення автора – Е. Ш.). Взагалі кінець ХХ ст. – це епоха, коли електронні засоби комунікації, насамперед Інтернет, телебачення, мобільний зв'язок, виявлять на світло й максимально повно втілять «віртуальний світ, який заміщає навколишній нас світ реальний» [3; 20].

Інформаційне суспільство, яке ввійшло на межі ХХ–ХХІ ст. в один із піків свого розвитку, – це передусім глибинна якісна трансформація всіх парадигмальних складових культури, актуалізованих насамперед специфікою комунікації. Як пише з цього приводу Л. Рейман, явище інформаційного суспільства «відбиває об'єктивну тенденцію нового витка еволюції цивілізації, пов'язаного з появою нових інформаційних і телекомунікаційних технологій, нових потреб і нового способу життя» [4;3]. Одним зі значущих наслідків, патогенних і для людини, створеної й вихованої тисячолітньою світовою культурою, і для самої культури, яка створюється й тисячоріччями виховується людиною, є наступне. У цій культурі дедалі більш активно, цілеспрямовано, майже необоротно для вітальних культурних підстав збільшується подібність між поведінкою людини «*Дома*» та «*не Дома*» (Дж. Уррі, Г. Шоу, С. Агервел, П. Булл).

Що це означає, з погляду основ культури, до чого може призвести подібного роду розхитування основних, якщо не сказати базисних, культурних засад, таких як опозиція *Дім* (тобто своє, близьке, знайоме, обжите мною, інтимний простір життєдіяльності що захищає, оберігає, ростить) і *не-Дім* (тобто чуже, далеке, невідоме, незвідане, дистанційоване, загально відкрите, публічне, обов'язково ритуалізовано-етикетне)? Соціально-громадські процеси межі наших сторіч складні, суперечливі за своєю сутністю, передусім з погляду первинних вітальних засад життєдіяльності людини, й відбивають такий стан культури, який Ж. Бодріяр з усією відвертістю характеризує як *радикальне перекручення* або *еру неприродності*. Він говорить про це так: «нині аномалія здобуває досить тривожний характер. Вона – не явний симптом, а дивний знак занепаду, порушення правил якоюсь таємної гри або, щонайменше, чогось нам невідомого, <...> ми пройшли якусь точку оборотності, предметної суперечливості й живцем вступили в космос несуперечності, захопленості, екстазу, подиву перед необоротними процесами, які втім не мають змісту» [1;50].

Індивід розвиненого інформаційного суспільства часто плутає або ж просто, найприроднішим для нього сполучає різні семантичні простори життєдіяльності, коли, наприклад, він цілком спокійно, без яких-небудь аксіологічних зникаючіостей і напруг може вести найрізноманітніші, аж до інтимних, розмови по мобільному телефону в публічному місці. Або ж людина *постсучасності* (Ж.-Ф. Ліотар) цілком природно й навіть комфортно може відчувати себе, коли під час перельоту/переїзду з одного місця в інше, вона водночас записує що-небудь у ноутбук, веде розмови по мобільному телефону, спілкується з партнерами по Інтернету, відшукує в Мережі необхідну інформацію, закушує тією їжею, що воліє, упорядковує деталі свого туалету, а головне, не звертає при цьому жодної уваги на оточуючих її індивідів. *Дім* та *Світ* – провідні споконвічні підстави культури, як того, що протистоїть *Природі*, на думку більшості сучасних культурологів, філософів, соціологів, фахівців із соціальної комунікації, активно й край часто міняються місцями, якщо не взагалі отожднюються, у процесі життєдіяльності культури розвиненого інформаційного суспільства.

З огляду на це виникає ще одне вкрай важливе питання. Яку в цьому всьому роль відіграє реальне шоу, в якому споконвічно й цілеспрямовано змішалися природно-культурне життя людини, це ж відображуване реальне життя, гра, художньо-естетичні, інформаційно-рекламні, піар засоби, способи й прийоми побудови телевізійного тексту, що максимально повно й створює ситуацію *ери неприродності* (Ж. Бодріяр)? І чому індивід розвиненого інформаційного суспільства так добровільно, так радісно, так самозабутньо й так активно бере участь у реальному шоу<sup>1</sup>, добре усвідомлюючи, що він

<sup>1</sup> Свідченням тому величезні натовпи тих, хто бажає пройти кастинг на реаліті-шоу «Дом-2», «Голод-2», «Гарем», «Великий брат», «Шанс», «Шанс-model», «Весілля за 48 годин», «Усе для тебе», «Зніміть це негайно», «Модний вироко», «Царівна-лебідь», «Звана вечеря» (російська й українська версії), а також і небачений престиж серед «зірок» шоу-бізнесу, публічних політиків, бізнесменів, спортсменів реальних шоу типу «Танці із зірками» (російська й українська версії), «Льодовиковий період», «Дві зірки», «Цирк із зірками», «Звана вечеря» (російська й українська версії). Багато «мегазірок» (Озі Осборн, Майкл Джексон, Лайза Мінеллі, Періс Хілтон та інші) не просто беруть участь у реаліті-шоу, а запускають доволі комерційно та піар вигідні власні проекти, перетворюючи й своє життя й життя своєї родини, близьких на реальне шоу.

споконвічно перетворюється на складну, невизначену за своєю сутністю й функціями істоту – природно-культурну людину-реципієнта-героя-автора, а ще й стороннього байдужого спостерігача? Майже всі учасники різноманітних реальних шоу називають себе персонажами, піклуються про те, який образ вони створюють на екрані, не зазнаючи при цьому ніякої аксіологічної незручності або навіть напруги, етичної зняковитості або ж особистісного неприйняття. Тим самим вони нібито усталюють ситуацію *радикального переключення*, в якій справді нічого не має змісту, у тому числі й твоє власне природно-культурне, інтимно-побутове й соціальне життя.

Дім, твій власний особистий життєвий світ перетворюються не просто на предмет публічного огляду, прискіпливого спостереження сторонніми, а й майже на простір безперестанних експериментів, різноманітних спроб, пошуків, перебудов. Досить показовим є випадок з реаліті-шоу, яке має знакову назву – «Метаморфози». Як повідомляє «Журнал Русской Америки», «Бразильская актриса собирается подвергнуть себя операции по изменению формы носа и наращиванию груди на глазах у широкой телевизионной аудитории. Все подробности изменения внешности актрисы будут показаны в проекте «Метаморфозы» – своеобразной смеси риал-шоу и мыльной оперы. Обе операции будут сделаны звезде сериалов Талите Кардосо на самом деле – во время съемок шоу-сериала. Актриса вернется на экран через три дня после операции, и зрители смогут следить за тем, как будет проходить у ее героини период реабилитации. «Эта история – смесь между реальностью и вымыслом. Я в любом случае намеревалась сделать имплантацию груди», – говорит миссис Кардосо» (<http://www.russiamerica.com/archive>).

Усі реаліті-шоу споконвічно побудовані на максимальній одночасній актуалізації та трансформації життєвого світу особистості й приватного простору культури як такої. Ці процеси трансформації у реаліті-шоу аномальні за соєю сутністю, бо намагаються оксюморонним чином сполучити приватний та публічний простір життєдіяльності людини й культури взагалі.

Показово те, що реальне шоу (саме як явище постсучасної культури), зберігаючи свої первинні провідні ознаки та властивості, занадто швидко пересувається у центр соціальної культурної комунікації. Про це, наприклад, свідчить і той факт, що у Франції реаліті-шоу отримали якісно новий соціально-правовий статус. Зокрема, Інтернет-видання «NEWSru\_com//Новости в мире» від 11 липня 2009 р. з посиланням на «Новые известия» повідомляє, що «Судьба реалити-шоу во Франции оказалась под угрозой после того, как суд самой высокой инстанции в Париже постановил считать участников телепрограммы «Остров искушений» обычными наемными рабочими, имеющими право на соблюдение их трудовых прав. Главный суд страны решил, что с борцами с искушениями должны подписываться стандартные трудовые договоры и что они имеют право на оплату сверхурочных, отпуска и даже компенсацию за противоправное увольнение, то есть исключение из шоу. Судьи обязали компанию Glem, снимающую «Остров искушений» для частной телекомпании TF1, выплатить около 11 тысяч евро каждому истцу. «Продюсерские компании больше не смогут выгонять участников реалити-шоу, как они это делали многие годы, – удовлетворенно заявил в интервью газете Le Mond мэтр Дже-

реми Ассуа, адвокат Антуана Брочетона, Мари Адамьяк и Арно Лайзе. – Они не смогут больше придумывать им все новые и новые испытания и заставляют их 24 часа в сутки выполнять свои прихоти и капризы»» (<http://newsru.com>).

Те, що тривалий час було за межами соціальної комунікації, ґрунтуючись на за-садах приватної комунікації, досить стрімко пересунулося у центр сучасної соціальної комунікації, стало одним з її фаворитів, змушуючи реальне шоу невинно розвиватися, в тому числі з жанрово-стильового, проблемно-тематичного, структурно-композиційного, інформаційно-естетичного погляду. Далеко не випадково, що реальні шоу, з одного боку, захопили не лише телевізійний, але й Інтернет простір<sup>1</sup>. З іншого – вони охоплюють життєвий світ не лише людини, але й тварин та рослин. Останніми двома-трьома роками поширюються реальні шоу з інтимного життя синиць, котів, собак, поросят, навіть пропонується спостерігати як росте кріп (Інтернет реаліті-шоу «Укроп»). Останнє реаліті-шоу розташовано на сайті під загальною назвою «Безбашенные проекты», провідним слоганом цього реаліті-шоу є вираз «Все грани безумного». Знаковим є те, що до кропу організатори проекту пропонують ставитися як до живої істоти, постійно та наполегливо поєднуючи у реаліті-шоу іронію, кітч, стилізацію під провідні й модні телевізійні проекти та багаторівневу, цитатну за своєю природою гру з реципієнтом: «**День 1.** Сегодня начинается трансляция нового беспрецедентного реалити-шоу «Укроп». Полпакета семян были высажены в ночь с 23 на 24 июля в удобренную почву на одном из балконов многоэтажного здания. Как сложится судьба этих семян? Какие пережитии ожидают их в битве под солнцем? Смотрите только у нас! **День 3.** У участников пока нет имен. Можно было бы поступить просто: пронумеровать их, но это не весело и не находчиво. Только у нас вы можете придумать имена участникам нашего реалити-шоу. Предлагайте ваши варианты, за лучшие варианты – суперприз после сбора урожая!» (<http://projects.kvnru.ru/ukrop>).

Реаліті-шоу – активний, найпоширеніший і жанрово розгалужений представник реального телебачення у сучасній світовій культурі. Так, вже й Нігерія декілька років випускає реальне шоу «Gulder Ultimate Search», в ході якого люди піддаються різним фізичним випробуванням. Хоча потрібно зазначити, що реальне шоу активно розвивається насамперед в європейськоцентричній культурі. Як приклади досить згадати такі, що охоплюють світовий мас-медійний простір, різні за жанровими модифікаціями та форматами реаліті-шоу, як «За склом», «Дом», «Дом-2», «Голод», «Голод-2», «Останній герой», «Гарем», «Великий брат», «Острів спокус», «Красуні й розумники», «Сімейні зради», «Від босячки до леді», «Girl power», «Лофт-стори»,

<sup>1</sup> Дивись, наприклад, матеріали, які були надруковані в Інтернет-виданні «ITnews» про розробку нового, суто інтернетівського, реаліті-шоу: «AOL запускает реалити шоу в Интернете. 3 февраля 2006, 13:46: Компания AOL, анонсировала масштабный проект от создателя жанра реалити-шоу - Марка Бернетта. Марк Бернетт, автор «Остаться в живых» («Последний герой»), планирует вскоре запустить проект «В поисках сокровищ», посмотреть который можно будет только через сайт AOL. Это станет первым реалити-шоу, ориентированным не на широкую теле-аудиторию, а на пользователей Интернета. Впрочем, в ближайшее время AOL возможно добавит к новому масштабному реалити-шоу еще ряд «дополнительных», менее масштабных» (<http://ITnews.com.ua>).

«Шанс», «Шанс-model», «Фабрика зірок», «Обшук і побачення», «Побачення з мамою», «Випробування вірності», «Подружні зради», «Весілля за 48 годин», «Хочу заміж», «Зніміть це негайно», «Фабрика краси», «Танці із зірками» (російська й українська версії), «Льодовиковий період», «Дві зірки», «Цирк із зірками», «Голі стіни», «Побачити все!», «Фабрика ремонту», «Вілла наречених», «Усе для тебе», «Звана вечеря» (російська й українська версії), «Експрес Москва-Пекін», щоб зрозуміти наступне.

Реаліті-шоу – якісно нове явище на території словесності, драматургії, театру, журналістики, телебачення, пропаганди, ідеології, соціальної комунікації, а головне – культури в цілому, що стрімко, міцно займає й цілеспрямовано зміцнює одні з провідних позицій, розвиває принципово нові способи розуміння й артикуляції світу й людини. Воно водночас споконвічно, по-перше, активно, цілеспрямовано постулює дійсність реальності, неподолану документальність, фактажність того, що демонструється; по-друге, імпліцитно активізує переплутаність реальностей та умовностей екрану й живого життя та, як наслідок, породжує розгубленість індивіда перед тим, що він бачить, чого прагне, на що очікує; по-третє, задає сильний, розгалужений, професійно дивергентний праймінг (явище цілеспрямованого медіавпливу і його безпосередніх наслідків у та для повсякденності й пересічної людини), що спокушає доступністю дій-копій: адже учасником реаліті-шоу потенційно може стати кожний.

На перший погляд, реаліті-шоу можна назвати святом вільного вибору людини, можливістю для неї спробувати пропустити через себе різноманіття світу, експериментувати над власним життям, відкрито й демонстративно здійснювати в ігровому форматі всі бажання. Навіть стати «зіркою» великого екрану. Більше того, пережити найбільше традиційно значущі (освідчення в коханні, весілля, розрив відносин, спроба завести дітей, випробування себе в екстремальній ситуації, яка легко та природно може зустрітись й у повсякденності) або ж пікові події власного життя (медична операція, включаючи естетичну хірургію, боротьба за виживання в екзотичних умовах, радикальна зміна іміджу, набування нових професійних, побутових навичок, умінь, здатностей) у всій їх природно-культурній і культурно-соціальній повноті. Це, наприклад, «Дом», «Дом-2» «Кандидат», «Острів спокус», «Весілля за 48 годин», «Давай одружимося», «Голод», «Побачення наосліп», «Побачення з мамою», «Царівна-лебідь», «Зніміть це негайно!», «Звана вечеря», «Голі стіни», «Від босячки до леді», «Великий брат», які вкрай часто демонструють те, що в класичній і навіть модерній культурі належить приватному, принципово не-публічному простору життєдіяльності. Ці теми та проблеми, як правило, були табуйованими для журналістських матеріалів. Досить пригадати, що ще німецькі основоположники теорії масової комунікації, публіцистики Хагеман, Хендерер наполягали на недоторканості приватного життя для ЗМІ.

У реаліті-шоу принципово немає заборонних тем, проблем, вчинків, образів, явищ, як взагалі у всім розгортанні природно-культурного життя людини та соціуму. Воно прагне вловити й відобразити життя, саме повсякденно-текуче життя, у всій його повноті, не уникаючи скандальних, провокаційних, маргінальних та навіть традиційно табуйованих тем, проблем, ситуацій. При цьому абсолютно все може стати, а головне, прагне стати предметом публічної демонстрації, коли проблема переплутаності Дому й не-Дому

не те, що не відчувається, але навіть не існує як така. При цьому її не-існування вряй важливе та показове як для розуміння, розвитку соціальної комунікації постсучасності, так само й для евгенічних засад передусім соціальної культури. І проблема тут полягає не стільки в традиційному прагненні мас-медіа до рейтингу, найчастіше будь-якою ціною, скільки в якісно іншому. Людина розвинутого інформаційного суспільства сама бажає та наполегливо прагне утворити із себе, передусім із себе повсякденної, центр соціальної комунікації, публічно репрезентуватися, стати «зіркою», актуалізувавши таланти та властивості, які цінуються у щоденному житті: вміти спокусити, знайти доброго чоловіка або жінку, облаштувати оселю, гарно провести вечір, влаштувати веселе свято для родини та друзів, вразити новим іміджем, вмінням схуднути, стати красенем чи красунею для свого чоловіка, дружини, дітей, батьків і все це за допомогою пластики, тренувань...

Реальне шоу виявляється тим грандіозним експериментальним майданчиком, на якому здійснюється різноманіття повсякденного життя й реципієнт, як втім, і учасник, може вибрати будь-який його варіант або ж навіть сукупності варіантів з їх детальним «описом і посібником з експлуатації». У реаліті-шоу є відразу кілька реальностей, коли і реципієнт, і учасник чудово розуміють, що при всій дійсності того, що відбувається, – це однаково гра з її можливістю припинення, перегравання, монтажування, своєрідною умовністю й повторюваністю. Не випадково, повторюються не лише ситуації в реаліті-шоу, але й люди можуть йти, вертатися на проект, бути учасниками декількох проектів. Врешті-решт, цілком можна говорити про те, що саме в реаліті-шоу максимально повно виявляється парадоксальна сутність сучасного соціуму й телебачення, коли, на думку П. Бурд'є, телебачення – творець «ефекту реальності», тобто «телебачення, яке за своєю ідеєю є інструментом відображення реальності, перетворюється на інструмент створення реальності. Ми все більше й більше наближаємося до простору, в якому соціальний світ описується й пропонується телебаченням» [2;35]. Цей ігровий момент щораз більше веде від неповторності життєвої ситуації, практичної неможливості в ній дублів, монтажу, умовності до того, що пересічна людина розвинутого інформаційного суспільства привчається й звикає до того, що все можливо повторити, переграти, розіграти, зробити предметом публічної соціальної комунікації без загрози руйнування, втрати, гибелі ситуації, людини, взагалі власного життя. Звісно, на реаліті-шоу є випадки загибелі людей під час виконання завдань організаторів, ведучих або навіть внаслідок самогубств, які були спричинені психологічним станом гравця. Але ж ці випадки не сприймаються справді серйозно. Гра, що постулюється як одна з засад реаліті-шоу, актуалізує не провідну природно-культурну опозицію життя/смерть, а соціальну дихотомію перемоги. Про це демонстративно свідчить, наприклад, те, що у реаліті-шоу «Звана вечеря» (українська та російська версії) є фінальні ігри не лише переможців, а й тих, хто посів п'яте місце, тобто виявився найгіршим господарем.

Однак все це зумовлено не лише мас-медійною природою реаліті-шоу, спрямованого на сенсаційність, рейтинговість, але й тим, що воно споконвічно хоче бути самим життям. Саме тому реаліті-шоу скальпує життя, переважно в його повсякденній представленості, та масштабує це за допомогою не лише камер, але й багаторазового

повторення, програвання подібних ситуацій, коментування того, що відбувається. У багатьох серіях будь-якого реаліті-шоу наполегливо та цілеспрямовано відбувається нескінченне програвання, різноманітне обігрування, варіювання тотожних образів, типів, ситуацій, випадків, проблем. При цьому пересічна людина так само наполегливо та цілеспрямовано прагне не лише дивитися, а й приміряти ці ситуації на себе, у прямому сенсі пережити їх у власному житті. І проблема тут полягає не тільки в грошовому призи, а й в іншому: можливості грати з та у власне життя, зробити з нього певний сценарій, позбавити певної лінійності та заданості, внести можливість, провокацію, загрозу та спокусу реальності гри, її певної об'ємності, варіативності. Однак одним із зворотних боків подібного роду вчинків людини є руйнування простору й засад Дому. Про це свідчать майже все реаліті-шоу (наприклад, «Дом-2», «Випробування вірності», «Голі стіни», «Вілла наречених», «Весілля за 48 годин», «Весілля», «Звана вечеря» та навіть «Танці з зірками» (російська та українська версії)), постійно повторюючи типові ситуації, відтворюючи стійкі типи героїв, характерні саме для цього реального шоу проблеми, обставини, супроводжуючи їх невпинним коментарем. Останній водночас показує, наполегливо підкреслюючи і тривіальність, і неповторність будь-яких подій і людей. Він втручається дуже глибоко у життя людини, намагаючись побудувати його за певним сценарієм. При цьому власний життєвий світ людини – учасника реаліті-шоу – зазнає патогенних метаморфоз, стаючи певною моделлю, загальним сценарієм, за яким він повинен розвиватися.

В реаліті-шоу головним діючим героєм є не стільки проста людина зі звичайного життя, як це цілеспрямовано постулюють організатори й ведучі програм, скільки сама повсякденність. Саме вона є головним предметом зображення й розігрування, коли реаліті-шоу, зачіпаючи, насамперед, буденно й водночас архетипно значущі явища, уявлення, норми людського особистого й соціального буття, масштабує їх та перетворює на об'єкт повчання й навчання. Причому реаліті-шоу робить це, зазвичай, повільно, плавно, поступово.

Наголошу ще раз, реальне шоу як концептуальна основа бере певне одночасно архетипно й повсякденно значущі явище: любов, зрада, секс, дім, продовження роду, страх голоду, смерті (фізичної й соціальної), прагнення до влади, багатства, забезпеченості, публічності, популярності, тобто соціальної стабільності й успішності. Саме ці апріорно значущі константи культурно-природного буття людини, точніше навіть її життєвого світу і є предметом зображення, розігрування, навчання. Причому вони гранично масштабуються, проходять складну розгалужену систему експериментальності, пропускаючись через безліч варіантів та інваріантів. У жанрах «реальних» реаліті-шоу це відбувається вкрай природно: від серії до серії показується й обов'язково кілька разів повторюється, обговорюється, різними способами коментується зав'язка(и), розвиток, ключові моменти, розв'язка(и) якої-небудь проблеми. Наприклад, як поводитися, якщо тобі зраджують, або ти зраджуєш («Дом-2», «Подружні зради», «Випробування вірності», «Вілла наречених», «Острів спокус», «Усе для тебе»). У гібридних жанрах реаліті-шоу, які синтезують інтенції реального телебачення з ток-шоу, розважальними, спортивними, кулінарними програмами, демонструються різні варіанти й можливі

шляхи, методи рішення однієї з повсякденно визначальних проблем. Наприклад, як улаштувати особисте життя («Хочу заміж», «Весілля», «Побачення наосліп», «Обшук і побачення», «Побачення з мамою», «Вілла наречених»); як прийняти, пережити й негативні й позитивні зміни в тілесному вигляді себе й своєї близької людини, а також пов'язані із цим психологічні, емоційні, поведінкові трансформації («Зніміть це негайно», «Хочу заміж», «Фабрика краси», «Царівна-лебідь»); як змінити власне життя, спробувати з нуля досягти нових обріїв, показати себе, «зоряного» й відомого з непередбаченого боку («Танці із зірками», «Льодовиковий період», «Дві зірки», «Цирк із зірками», «Звана вечеря»); як перевірити, чи розумієте ви інших, чи зможете вийти з екстремальних обставин з гідністю («Великий брат», «Острів спокус», «Голод», «Звана вечеря»).

Так проблеми любові, взаємин в сім'ї, специфіка вибудовування особистого життя, відносин з близькими, ворогами, сторонніми, самим собою, прагнення пережити культурно константні й визначальні явища в житті будь-якої людини (залицяння, весілля, утворення й розвиток сім'ї, народження й зростання дитини, зради, розлучення, особливості вікової психології, уміння показати себе господарем, готовність починати з нуля тощо) у реаліті-шоу актуалізуються ідеєю людини звичайної. Причому це значуще й константне навіть у тих випадках, коли героями виступають відомі публічні персони, тому що реаліті-шоу прагне споконвічно представити звичайний світ і звичайну людину в їхній повсякденності. Саме розмаїта й украй складна сучасна повсякденність, утворена різними соціоментальними групами, є справжнім героєм реаліті-шоу. Не випадково у всіх реальних шоу підкреслюється у візитній картці учасника його професія, вік, родинний стан, місто, яке він представляє, хобі, а головне – його рівноправність, звичайність стосовно інших учасників. Так, навіть якщо в «Танцях із зірками» або ж «Цирку із зірками» й беруть участь відомі особистості, професіонали своєї справи, то перед льодом або манежем вони однаковою мірою – аматори й профани. Аналогічно відбувається й у реаліті-шоу «Звана вечеря». Воно прагне підкреслити те, що виграти може будь-яка людина, незалежно від її статусу й матеріального становища, значущі лише загальнолюдське вміння бути привітним господарем, майстерність та прагнення поважати гостей, любити свій дім. Таким чином, реаліті-шоу максимально повно втілюють відому модель масової комунікації – лідери думок, постійно перетворюючи природні, як правило, спонтанні й спеціально неотрефлексовані жести, міміку, дії звичайної людини на знаки. Тут ми знову простежуємо вияв оксюморонної сутності реаліті-шоу: не стільки звабити та манити «зірковим» життям, життям-моделлю, зразком, скільки перетворити повсякденне життя на зразок, предмет бажання та спокуси. Недаремно, реаліті-шоу «Звана вечеря» породжує та впроваджує ефект праймінгу гостинності, бажання активного, постійного спілкування, різноманітності щоденної домашньої їжі, врешті-решт, сімейного життя, бажання турботи про іншого. «Танці з зірками» – ефект праймінгу активного соціально-повсякденного життя, бажання енергійного відпочинку, вміння змінювати себе у будь-якому віці, набувати нових навичок, врешті-решт, радіти звичайному життю. Показовим у цьому випадку є збільшення попиту серед населення на ковзанки, студії бального танцю.

Попри всій повсякденно-побутовій, міщансько-тривіальній спрямованості, а іноді,



здавалося б, вульгарної й повсякденно-прозаїчної направленості більшості реаліті-шоу, за своєю сутністю вони вкрай соціальні, суспільно значущі й піднімають важливі громадські й загальнолюдські проблеми. Наприклад, «За склом», «Дом», «Дом-2», «Голод», «Голод-2», «Останній герой», «Гарем», «Великий брат», «Острів спокус», «Красуні й розумники», «Шанс», «Шанс-model», «Фабрика зірок», «Танцюю для тебе» максимально активізують питання цінностей сучасного суспільства. Насамперед це стосується проблеми місця в соціумі людини, її сутності й методів, меж припустимого/неприпустимого в боротьбі за життя й у боротьбі з життєвими ситуаціями. Тут мається на увазі не традиційне для фахівців з соціальної комунікації, психології, релігії, соціології, культурології уявлення про реаліті-шоу як грандіозний етичний, моральний і психологічний експеримент над людиною й самої людини над собою, коли до межі активізуються прикордонні зони психіки. Проблема саме в іншому.

Реаліті-шоу вибудовується саме так, щоб показати загострену соціальну, ідейну, суспільно значущу проблематику. Герої реаліті-шоу – це люди, що борються із соціумом, з тими суспільними уявленнями й думками, які не дають їм змоги побудувати або ж здійснити своє життя там, за периметром, за обмеженим простором життєдіяльності. Прихід людей на реаліті-шоу, причому суто добровільний і свідомий, у закриті або ж обмежені певними умовами час і простір, які водночас максимально відкриті публічному огляду й втручання, свідчить про цілий спектр соціальних проблем. І проблем, реалізованих саме як *внутрішня хибишка* (В. Белінський), глибоке протиборство людини й світу. Причому дуже часто це екзистенціальні проблеми, коли зовнішня банальність, стереотипність, епатажність, навіть брутальність закриває, захищає глибинні катаклізми. Не випадково, Ксенія Собчак – ведуча найдовготривалішого світового реаліті-шоу «Дом-2», учасниця реальних шоу «Цирк із зірками», «Блондинка в шоколаді», епатажна «зоряна» левиця, дочка знакового мера відверто скаже в одному з інтерв'ю: «Я мазохіст і вже упокорилася з тим, що ніколи не знайду «свого» садиста. Щоб наді мною знущатися, людина повинна бути особливо витонченою. Дякувати богам, садизм був виявлений мені через циркових акробатів, і я хоча б так здійснюю свої фантазії» («TV-програма», 19.05 – 25.05.2008. – С.45). Або скандально відоме у 2003 р. реаліті-шоу М. Джексона, знятого журналістом Мартіном Баширом. Співак, як і К. Собчак, прагнув, хоча й невдало, привернути увагу до соціально-повсякденно складного, вкрай напруженого та заплутаного життя «зірки», яка постійно мусить бути публічною, навіть коли грається з власною дитиною, пишається нею.

Реаліті-шоу відображає насамперед проблеми людини розвиненого інформаційного суспільства – глибоко девіантної, багато в чому осмислено ущербної відторгненості індивіда від сучасного для нього соціуму, від себе, від певних традиційно «високих» соціально-історичних, громадських проблем. Всі герої різноманітних реаліті-шоу борються за конкретні й украй прагматично-меркантильні цілі. Це й приз у вигляді великої грошової суми, і путівки на престижний курорт, і оплачене весілля, і вигідний контракт на роботу, і підтвердження свого «зоряного» статусу, і диплом престижних курсів, і довічна рента, і автомобіль, і будинок, і чоловік або ж дружина. Однак попри всю видиму банальність цілей і вульгарність, аморальність, брутальність засобів їхнього до-

сягнення, це є соціально-громадська проблематика, що прояснює глибинні катастрофи постсучасності. Невипадково, у всіх реаліті-шоу є значущий та багато в чому знаковий момент дидактичного, явно повчального, що часом переходить у відкрите менторство, обговорення героїв, їхніх учинків, ситуацій, які вони створюють, того способу життя, що вони ведуть і до якого прагнуть. Зокрема, реаліті-шоу – це шоу повсякденності, що масштабується, препарується й представляється добровільно на публічну демонстрацію. Воно спостерігає й фіксує рух, причому плавний, повільний, спонтанний, повсякденності, що реалізує себе під поглядами камер, знищуючи споконвічні культуруотворюючі підстави й фактори. Попри те, що реаліті-шоу руйнує засадничу опозицію соціальної комунікації й культури Дім та не-Дім, намагається нівелювати грою, серіальністю, безперервною повторюваністю значущість соціальних та особистісних проблем людини, воно пропонує цінувати повсякденність у всіх її, без винятку, виявах. Реаліті-шоу також прояснює, як лакмусовий папірець ті проблеми світу та людини, які тут-та-зараз є найбільш значущими та цінними, засадничими та визначальними для майбутнього.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000.
2. Бурдьє П. О телевидении и журналистике / П. Бурдьє. – М. : Фонд науч. исслед, 2002.
3. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – М. : Фонд науч. исслед, 2002.
4. Рейман Л. Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении / Л. Д. Рейман // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 3–10.

*Стаття надійшла до редколегії 14.11.2010*

*Прийнята до друку 31.01.2011*

## DISPLAY PROBLEMS IN THE WORLD AND HUMAN IN REALITY SHOW

**Eleonora SHESTAKOVA**

*Donetsk National University,  
24, Universitetskaya Str., Donetsk, Ukraine, 83001*

In clause the analyses key real-show from the position representation cardinal problem of the state-of-the-art world and individual.

*Key words:* realyty show, newsletter society, the problem of chelo-century, Modern world.