

УДК 070 (05)

Е.Г. ШЕСТАКОВА,
доктор філологічних наук (Донецьк)

ПРОБЛЕМА РЕАЛЬНОСТІ В РЕАЛЬНОМУ ШОУ

У статті йдеться про проблему реальності в реаліті-шоу, що обумовлює специфіку статусу реальності, який повинен бути визначальним на всіх рівнях розвитку цього явища, виступати конститутивним началом та підґрунтям реального шоу і як жанрово-стилістичного, і як текстового, і як дискурсивного явища. Статус реальності не є константним та визначальним у реаліті-шоу, що й демонструє їх розвиток. У ході розростання цього мас-медійного продукту реальність підмінюється/замінюється різноманітними варіантами реального.

Ключові слова: реаліті-шоу, реальність, реальне, соціальна комунікація.

Уже немає потреби наголошувати на тому, що якісно нове явище – реальне шоу, або, як його інакше визначають, реаліті-шоу, яке виникло в культурному просторі наприкінці ХХ ст., – вкрай активно, надзвичайно швидко й, головне, жанрово, стилістично різноманітно розвивається й на початку ХХІ ст. Як приклад досить згадати такі реаліті-шоу, які охоплюють європейськоцентричний мас-медійний простір, «Великий брат», «За склом», «Дом-2», «Голод», «Голод-2», «Останній герой», «Гарем», «Острів спокус», «Красуні й розумники», «Сімейні зради», «Від босячки до леді», «Girl power», «Лофт-стори», «Звана вечеря», «Царівна-лебідь», «Обшук та побачення», «Побачення з мамою», «Танці з зірками» (російська та українська версії), «Танцюють всі!», «Країна (Великобританія, Україна тощо) має талант», «Звичайний Джо», щоб зрозуміти наступне. Навіть перший погляд дає всі підстави стверджувати, що реаліті-шоу – якісно нове утворення на території мас-медіа, словесності, драматургії, театру, телебачення, пропаганди, ідеології, повсякденності, зрештою, культури, що стрімко, міцно, цілеспрямовано й необоротно займає одну з провідних культурних позицій, розвиваючи принципово нові способи «читання», розуміння, артикуляції й репрезентації людиною себе й світу в цілому. Реаліті-шоу поступово якісно змінює соціальну комунікацію суспільства, наповнюючи її новими змістами, трансформуючи уявлення про внутрішню структуру, обсяг та межі соціальної комунікації, принципи та засади її взаємодії з особистісною комунікацією.

Крім того, реаліті-шоу активно й наполегливо втручається навіть в закони природно-культурного світу. Реаліті-шоу споконвічно націлене й демонстративно вторгається в те, що тривалий час було прерогативою або Бога, або Природи – залежно від віри – у Реальність, в те, що з пізньої латинської мови означало речовинний, дійсний, тобто те, що існує в дійсності. Реальність, точніше проблема реальності, як її тривалий культурний період позначали у науці, – це фундаментальне явище, яке довго приймалося як те, що існує само по собі, поза залежністю дій, почуттів, свідомості людини та її діяльності. Це стало загальнокультурним уявленням. Лише ХХ ст. виявляється тією реперною точкою, яка змінює уявлення про сутність проблеми реальності, що пов'язується з іменами А. Ейнштейна, Б. Рімана, М. Планка, Н. Бора. Як відомо, А. Ейнштейн у статті 1905 р. поставив та обґрунтував складне філософсько-наукове питання про взаємозв'язок реальності, подій та чуттєвого досвіду людини. Майже одночасно з фізиком А. Ейнштейном математик Б. Ріман розвивав думку про те, що просторово-часова система утворена подіями у ній, а знаний у всьому світі фізик М. Планк одним з перших чітко позначив, що «ми, з одного боку, змушені без коливання

постулювати існування реального світу в абсолютному сенсі, а з іншого боку, не в змозі ніколи досконало зрозуміти його природу». Проте «те, що відбувається одночасно з подальшим удосконаленням фізичної картини світу, подальший її відхід від світу відчуттів, означає не що інше, як подальше наближення до реального світу» [3, с. 108]. З цих кардинально новим чином порушеним рядом філософсько-наукових питань, їх внутрішньоспецифічних розробок Реальність, точніше Проблема Реальності, стане однією з визначальних протягом ХХ ст., а ХХІ ст. це лише збільшить. Послідовність, масштабність та системність науково-технічних революцій та наступу НТП, його невпинне розростання навіть у просторі масової культури (зокрема занадто швидкий розвиток та споживання пересічною людиною тих технічних пристроїв, що дозволяють відтворювати/створювати реальність) призведе до того, що проблема реальності стане однією з ключових та життєвизначальних для культури взагалі. Реаліті-шоу в цьому сенсі є показовим культурним явищем, що фокусує та масштабує в собі проблему реальності як таку.

Уже в самому визначенні – реальне шоу, реаліті-шоу – нібито очевидні, навіть занадто декларативно чітко й прямо заявлені основні філософсько-наукові, інформаційно-комунікативні, значеннєві, естетичні, ідеологічно-пропагандистські основи й інтенції цього вкрай складного природно-культурного та соціокультурного явища. Реаліті-шоу споконвічно й агресивно спрямоване на одну з конститутивних підстав культури, що дозволяють людині відбуватися повною мірою саме як культурній істоті, – реальність. Маніпуляції реальністю, ускладнення її образу, а головне, сутності та спілкування, взаємодії з нею для ХХ ст. виявилось занадто надмірним випробуванням. Європоцентрична культура дійшла до розуміння того, що реальність належить до фундаментальних засад життєдіяльності. Це доволі чітко й публіцистично ємно позначив знаковий філософ інформаційного суспільства Ж. Бодріяр, написавши в есе «Доленосні події» із збірки «Прозорість Зла», що «в сучасному суспільстві відбуваються лише недостовірні, малоймовірні події. Раніше призначення події було в тому, щоб відбутися, зараз – в тому, щоб бути зробленою. Вона завжди відбувається у вигляді віртуального артефакту... <...> замах на сам принцип реальності є більш серйозним порушенням, ніж реальна агресія» [1, с. 62, 63].

Складність та неоднозначність проблеми реальності була майже одразу помічена фахівцями. Одними з перших теоретиків були американські дослідники, які у найзагальнішому вигляді акцентували увагу на тому, що реципієнтам реаліті-шоу все сутужніше відокремлювати реальне життя від уявлених подій, врешті-решт, вони стають несприйнятливими до реальності як такої [2, с. 80]. Складний і далеко неоднозначний статус реальності в реаліті-шоу теж у найзагальнішому вигляді, дуже опосередковано, однак все ж таки заявлений і у визначеннях цього мас-медійного продукту, яке дають електронні довідники й енциклопедії. «*Reality-шоу* – це телепередача, що відтворює реальність. У *reality-шоу* сполучаються елементи ток-шоу й телегри, іноді ще мелодрами. Глядачі спостерігають за учасниками, які поміщаються в певні обставини та діють у них» (<http://chtotakoe.info>). Матеріал з Вікіпедії: «Реаліті-шоу – різновид розважальної телевізійної передачі, а з недавнього часу й онлайн трансляції» (<http://www.realitygirl.ru/>). Протягом тривалого часу в передачі демонструється (нібито) природне життя ізольованої групи персонажів у спеціально створеній для них обстановці. Декларується свобода поведінки учасників – уважається, що події розвиваються вільно, без заздалегідь певного сценарію, у чому й полягає «родзинка» реаліті-шоу. Глядача переконують, що він стає свідком не розіграного спектаклю, а реальних сцен з життя» (<http://ru.wikipedia.org/wiki/>).

Однак ніхто з вітчизняних чи світових дослідників, фахівців із соціальної комунікації не порушував спеціально проблеми реальності в реаліті-шоу. Це й обумовило провідну мету та завдання статті: позначити у загальних рисах, визначити й обґрунтувати особливості реалізації проблеми реальності у реаліті-шоу; виділити й умотивувати ті явища й процеси, які свідчать про складний та принципово неоднозначний характер і статус реальності у реаліті-шоу; виокремити та схарактеризувати провідні якості та властивості реальності у реаліті-шоу в контексті проблем повсякденності та соціальної комунікації.

Реаліті-шоу виникло наприкінці ХХ ст. саме з внутрішньо обумовлених та підготовлених усім культурним досвідом потреб та запитів європейської пересічної людини в реальності як такої, що, здавалося б, не штучно створюється різноманітними сферами побуту-

вання культури, в першу чергу, мас-медіа, а існує, як і раніше, поза межами людських дій, вчинків, почуттів, свідомості. Перші реаліті-шоу майже в усіх європейських країнах, як матричні, так само й запозичені проекти, намагаються вловити, зафіксувати та передати реальність, яка просто плине поза життям та діяльністю кожного з нас, але в той же час є чимось об'єктивно спільним для нас. Провідним у них є принцип реальності як запоруки об'єктивності й імовірності існування світу як такого. Реальність тут починає відмежовуватися, хоча й в грубому і дещо прямолінійному вигляді, від того, що Ж. Бодріяр позначив як віртуальний артефакт. Життя в перших реаліті-шоу не стільки створюється на екрані, скільки є продуктом безпосереднього відтворення примітивізованої й вульгаризованої повсякденності пересічної людини. Недаремно ці перші реаліті-шоу або мають символічну назву «За склом», або наполегливо використовують та всебічно розробляють ідею звіринця чи акваріума, відгородженого сіткою чи склом простру (периметра, як це постійно називається у «Домі-2»), відкритого для споглядання, спостереження за тим, що колись було позначено як об'єктивна реальність або об'єктивний світ. Реаліті-шоу в перший момент свого існування певним чином намагається повернутися до того втраченого, багато в чому забутого завдяки НТП, особливо протягом другої половини ХХ ст., відчуття, що об'єктивний світ просто існує.

Однак реаліті-шоу, розвиваючи масове підглядання за так би мовити чужим, і тому нібито об'єктивним та реальним, існуючим поза нами життям, актуалізують ще одну важливу якість реальності, виявлену та описану на початку ХХ ст., яку наполегливо М. Борн позначав таким чином: стан об'єктивної реальності завжди залежить від того, яку позицію займає та що робить споглядач. Реаліті-шоу, надаючи можливість споглядачам спостерігати за станом об'єктивної реальності, постійно стимулюють різноманітними засобами вироблення й позиції для спостерігача. Якщо для перших реаліті-шоу значущим та достатнім виявилось просте спостереження за реальністю, то подальший розвиток занадто швидко продемонстрував ускладнення взаємовідносин та зв'язків реаліті-шоу та реальності. Якщо у перших реаліті-шоу, насамперед, голос за кадром лише повідомляв про важливі події, що відбуваються у просторі гри, ключові біографічні факти гравців та закликав спостерігати реципієнтів й самостійно робити висновки та виносити вирок гравцям, то поступово характер коментарів перестає бути лише інформаційно-новинним та набуває своєрідного авторського, іноді відверто суб'єктивного акцентування подій, тлумачення вчинків, їх наслідків, позиція ведучого реаліті-шоу все більш посилюється теж за рахунок створення ним яскравого індивідуального образу, що має певні, авторитетні, голос та права для оцінювання подій, фактів, явищ.

При цьому є ще один вкрай значущий аспект, який неможливо не враховувати при вирішенні проблеми реальності в реаліті-шоу. Саме він багато в чому й прояснює субстанціальну сутність реаліті-шоу як соціокультурного явища, яке (і це вже очевидно навіть за кількісними показниками різноманітних мас-медійних проектів, позначених як реаліті-шоу, не говорячи вже про глибокі інтенції реаліті-шоу в інші медійні продукти) претендує на провідні позиції у соціальній комунікації сьогодення. Потрібно наголосити, що реаліті-шоу вже в момент свого зародження й згодом, розвиваючись швидким та дивергентним чином, постійно маніфестує своїм засадничим підґрунтям і провідною метою не реальне, що стало улюбленим предметом інтелектуальних ігор і різноманітних практик ХХ й ХХІ ст., а саме реальність. На думку російського філософа В. Подороги, для сучасного стану культури характерна надмірно загострена й навіть хвороблива увага до «зростання реального. От що дивує: не зникнення й стирання, а наростаюче множення образів реального, які все більш посилюють блокаду реальності. Зростання реального особливо помітне на тлі народження *нової чуттєвості*, що усуває біль та здатна до протезування всього спектра повсякденних відчуттів, що не заповнює *недостачу* реальності, а примирює з надлишком реальності. Потрібно так турбуватися про реальність, якщо всі бажають користуватися заново створюваними образами реального?» (курсив наш. – *Е.Ш.*) [2, с. 310]. В. Подорога, як і його європейські, американські колеги, наполегливо ставить питання-провокацію, питання-загрозу для буття культури: «А існує Реальність поза процесуальними (динамічними) характеристиками реального? Реального занадто багато, а реальності не вистачає – ось що призводить до відчаю, бо вимога референції до *однієї єдиної Реальності* ще в силі» (курсив наш. – *Е.Ш.*) [2, с. 310].

На тлі подібного масштабування проблеми реального, заповнення ним соціокультурного й особистісного простору реаліті-шоу повинне сприйматися як своєрідний захист реальності, породжений й затребуваний, як це не дивно, саме масовою культурою. Хоча точніше, мабуть, буде так: соціальна комунікація звичайної людини, яка прагне повернутися, відродити себе та свій світ у занадто ускладненому соціокультурному просторі. Реаліті-шоу, принаймні у своєму задумі, виявляється здатним, по-перше, виявити та оголити референцію до реальності; по-друге, зняти блокаду реальності за рахунок якомога чистішого й простішого спостереження за плином об'єктивного життя у всій його природно-культурній повноті; по-третє, дати можливість й широким верствам населення, й просто звичайній людині взяти участь і в спостережанні реальності, і в публічному переживанні її. Реаліті-шоу намагається не просто вловити реальність, а саме розблокувати її, позбавити мари реального, вловивши та зберігши мас-медійними засобами неповторну та невідтворну мить, в яку й проривається та здійснює себе реальність. Як пише В. Подорога, який спеціально займався проблемою Реальності у філософії, культурології межі ХХ–ХХІ ст.: «Реальність *безобразна*, тому що завжди *миттєва*. Найчастіше реальність – це шок, щось раптове, нещасний випадок, природна катастрофа, «криза середнього віку», серцевий напад або непритомність, тобто *пряма дія*, не опосередкована ні очікуванням, ні культурною підготовкою, ні колективною, ні індивідуальною пам'яттю, – перцептивне блокування тут неможливе» (курсив наш. – *Е.Ш.*) [2, с. 312].

Реаліті-шоу споконвічно, постійно й цілеспрямовано в анонсах, рекламах, піар-акціях, підкреслює свою зацікавленість у реальності як прагненні проникнути, доторкнутися до того вітального хаосу й принципового різноманіття, неврегульованості, незаданості, спонтанності, природності живого повсякденного життя, вчинків соціуму й людини, які втрачені й уже давно недоступні для традиційних художніх й інформаційно-комунікативних практик. Реаліті-шоу – це шоу прямої дії, принаймні в ідеї. Невипадково реаліті-шоу постійно й наполегливо намагається вловити та продемонструвати сильні почуття людини саме в той момент, коли дійсно неможливе перцептивне блокування й людина залишається на одинці з реальністю, соціокультурні аспекти в цю мить нівелюються, а то й розчиняються та поглинаються реальністю як тим, що об'єктивно існує поза нами та одночасно природно об'єктивно поєднує нас – природно-культурних істот.

Наприклад, в анонсах кожної серії реаліті-шоу «Міняю жінку» (канал «1+1») відверто експлуатуються та безліч разів повторюється те, що здавалося б з 100% впевненістю можна позначити, за В. Подорогою, як *безобразна реальність*. Так, демонструються, причому саме крупним планом, обличчя людей у найбільш шокуючі для них моменти, під час емоційно-спонтанних дій та вчинків, що принципово не рефлектуються. Це вже не просто сльози відчаю чи щастя, тривіальна бійка чи жіночі сварки, так чи інакше підготовлені перебігом подій, а дійсний шок від прямої дії, так би мовити розблокованої реальності: від побачених, відверто антисанітарних та нелюдських побутових умов життя чи зустрічі й вимушеного співіснування з екзотичним, навіть певним чином ідеологічно заангажованим для української пересічної людини представником негроїдної раси. Реальність в таких випадках дійсно проривається крізь споконвічну семіотичність та ритуально-етикетну плівку, що одночасно створюється та створює людину соціальну та підґрунтя соціальної комунікації як такої.

Подібну реакцію на реальність, засоби взаємодії з нею людини, момент їх безпосередньої, природно-соціальної зустрічі ще на початку ХХ ст. геніально відчув та описав англійський драматург Б. Шоу в п'єсі «Пігмаліон» у сцені, коли Ліза Дулітл перший раз як світська дама йде на прийом та намагається підтримати світську бесіду. Мовна гра Лізи Дулітл під час її монологу, яка наочно, стилістично яскраво, витончено виписана Б. Шоу для виявлення сутності, принципів реагування людини на правила соціальної комунікації та реальність як таку, доволі часто навмисно використовується й в реаліті-шоу. Ситуації на кшталт безпосереднього реагування всіх героїв цієї сцени на монолог Лізи Дулітл про різноманітні версії смерті її тітоньки, включаючи саму Лізу Дулітл, по-перше, навмисно створюються або провокуються організаторами реаліті-шоу; по-друге, демонструється безпосередньо й перша, найбільш пряма та природна реакція героїв реаліті-шоу. Так, в «Міняю жінку» це шок, відповідь на пряму дію того, в яку родину й середовище, передусім побутове, гравці потра-

пляють. У «Званій вечері» (російська версія канал «ТЕТ», українська версія канал «СТБ») – реакція на житло господаря вечірки, на дивакуваті виклики його і поведінку гостей, а також на запропоновані розваги. Хтось з учасників реаліті-шоу підтримує та витримує правила та семіотику соціальної комунікації й попри все не дозволяє собі остаточно «втрати обличчя», як би зненацька не захопила їх реальність, та не була занадто прямою дія, а хтось, навпаки, різко перестає відповідати своєму соціальному іміджу, починаючи зовсім непристойно лягтися, брутально поводитися, не контролювати жести, міміку таким чином повністю потрапляючи в полон, а то й залежність до реальності через стан шоку.

Реальність у реаліті-шоу постійно проривається та починає активно здійснюватися безпосередньо перед реципієнтами, оголюючи вітальні засади й вади правил та норм соціокультурного життя. Причому в певних, украй рідкісних випадках й тим особливо цінних, неповторно природних та рейтингових для організаторів реаліті-шоу, ці шоківі реакції подібні до сцени з культового радянського багатосерійного художнього фільму «Сімнадцять миттєвостей весни», коли радистка Кет народжувала у німецькому шпиталі. Напередодні трагічних подій вона пояснює Штірліцу, що боїться народжувати саме тому, що в моменти болю, втрати контролю над власним розумом, тілом та волею, що й відбувається під час пологів, жінки завжди кричать «мама» рідною мовою. Як виявилось, вона мала рацію. Реаліті-шоу, звертаючись до реальності й до людини у реальності, навмисно, цілеспрямовано та послідовно провокують або штучно створюють подібні ситуації, коли людина залишається природною та безпорадною перед реальністю. Реаліті-шоу, спрямовані на екстремальні умови життя, у цьому плані найбільш показові. Наприклад, це не лише масово відомі «Залишитися в живих», «Останній герой», «Голод», «Великий брат», «Фактор страху», але й реаліті-шоу, що мають регіональний характер. Так, російське інформаційне агентство повідомило про те, що «телевизионщики Урая летом этого года планируют приступить к съемкам нового проекта по типу реального телевидения. Идея создания реального шоу на выживание у телекомпании «Спектр» появилась уже давно. Название нового проекта пока не придумано, есть только рабочее «Воины Югры или герои Вэлмэ», потому как состязаться в силе и выносливости придется далеко от цивилизации в условиях почти дикой природы» (<http://www.nr2/>).

Спонтанність, природність та шоківість реальності експлуатують і організатори бразильського реаліті-шоу «Метаморфози» та подібних до нього проектів, коли і «зоряним», і звичайним людям у прямому ефірі роблять медичні й пластичні операції, пластичну корекцію всього тіла або ж яких-небудь його частин. На очах реципієнтів людина переживає принципово шоківі за своєю сутністю стани та події: спотворені післяопераційними наслідками тіло й обличчя, коли не завжди можна стерпіти біль, відразу, навіть огиду та пережити їх як вихована особистість, як не завжди учасник реаліті-шоу залишається задоволеним наслідками пластичних втручань. Спонтанні емоції, дії стають наочними та доволі сильними репрезентантами реальності, про яку давно забули технічно спокушені люди.

Не менш агресивні та наполегливі в пошуках, уловленні й утриманні реальності для реципієнта й реальні шоу, пов'язані з тваринами й рослинами. Наприклад, котячі реальні шоу, зокрема «Шоу Фендера», тобто маленького кошеняти, в якому організатори шоу постійно закликають споглядати за першими кроками рудого кошеняти в новій родині, дивитися на перше розідране ним крісло й перше блюдце молока, яке та як він випив, тобто поступово стежити за Фендером на шляху його життя. Також знаковим виявляється й інше американське реаліті-шоу з життя котів. Як 15.07.2007 р. повідомила російська служба новин ВВС, «кошки с трудной судьбой срязятся в новом реалити-шоу. У кошек, принимающих участие в состязании, довольно трудная судьба: все они были брошены своими хозяевами и оказались в специальном приюте. Поэтому призом за победу в телепередаче станет переселение на постоянное место жительства в новую семью. Хотя победитель в шоу будет только один, хозяев должны найти все его участники. Действие кошачьего «Большого брата» происходит в витрине магазина, расположенного на одной из центральных улиц Нью-Йорка. Здесь для кошек был построен специальный дом, в котором нет людей, зато есть миниатюрные диваны, кровати и даже аквариум...» (<http://www.polit-nn.ru/>). Аналогічним чином й норвезьке реаліті-шоу з інтимного життя синиць використовує всі знакові для культури ХХ – початку ХХІ ст. засоби (скляна вітрина, центр активності міської кому-

нікації, веб-камери, можливість реальним чином щось змінити у перебігу подій, вирішити тут-та-зараз чиясь долю тощо) для того, щоб зробити якомога зручнішим для реципієнта стан споглядання, спостереження за тим, що традиційно позначається як об'єктивна реальність. Як зазначає кореспондент ВВС Ларс Беванджер, «в Норвегії все більшу популярність завоював новий вид «реального шоу» – так сказати, нова версія програми «Большой брат» (російський аналог – «За стеклом»). Називається програма «Пип-шоу» – що прибірно означає «Подглядывая в замочную скважину» і передбачає, як правило, подглядывание за стриптизом или иным сексуальным действием – и позволяет аудитории по интернету следить за птичками 24 часа в сутки. Концепция передачи принадлежит фотографу-анималисту, который специализируется на фотографировании птиц в их естественной среде. Вещание программы по интернету обеспечивает норвежская государственная телекомпания. Серия рассчитана на два месяца. Еще одно отличие программы от человеческой версии «Большого брата» заключается в том, что из числа участников зрители никого не исключают» (<http://news.bbc.com.uk/hi/>). Або ж не менш популярне в Інтернеті гротескне реаліті-шоу «Кріп», коли глядачам пропонується уважно, майже під мікроскопом, відслідковувати, як з посадженого на їхніх очах насіння народжується й розвивається звичайний кріп. У таких випадках дійсно вкрай важко говорити про будь-яке, в тому числі й перцептивне, блокування реальності.

Спрямовані на реальність і реаліті-шоу менш екстремального характеру. Проте й вони наполегливо актуалізуються щодо «розблокованої» реальності, що виявляє себе через різноманітні стани та вчинки. Так, оголошення про кастинг на реаліті-шоу, розміщене на офіційному сайті проекту «Дом-2», говорить: «Ты мечтаешь построить отношения с обаятельной девчонкой или ярким парнем? Верить, что сумеешь изменить свою жизнь к лучшему? Хочешь завоевать любовь миллионов телезрителей? У тебя море идей, как сделать проект еще ярче? Или огромное желание сыграть в захватывающую игру, где на кону то, чего ты заслуживаешь – любовь и деньги? Да? В таком случае, в «Доме-2» ждут именно тебя! Заполни анкету и пройди кастинг!».

Аналогічним чином виглядає заклик і на розділі сайту реаліті-шоу «Звана вечеря» (російська версія), що розповідає про програму, наполягає на тому, що «участники программы – люди самых разных профессий, достатка, возраста, увлечений, жизненных устремлений и кулинарных пристрастий. И даже уметь хорошо готовить им совершенно не обязательно. Важно вот что: герои шоу должны быть уверены в том, что, пригласив гостей на «Званный ужин», смогут создать для них нечто большее, чем просто ужин – незабываемую атмосферу праздника, уюта и непринужденного общения». При цьому організатори проекту постійно підкреслюють, що в їхньому реаліті-шоу все спрямовано на демонстрування реальності: реальних людей, реальних речей, реальних продуктів, реальних невдач від зіпсованих продуктів, реальних учинків: «Съемочной площадкой являются квартиры и дома героев программы. На каждой неделе в шоу «Званный ужин» участвуют пять героев. Каждый из них по очереди в свой день недели приглашает в гости остальных участников шоу и многомиллионную аудиторию телеканала РЕН ТВ. Хозяин в ожидании гостей проводит утро и день в хлопотах: приводит свой дом в полный порядок, планирует развлечения для гостей, закупает продукты на стол и занимается приготовлением трех блюд (горячее, закуска и десерт) из праздничного меню. Только фантазия может подсказать гостеприимному хозяину дома, что будет на его столе».

Перегляд реального шоу переконує в тому, що організатори проектів хочуть не просто створити видовище і якомога більш рейтингове шоу-«довгожитель». Якщо перефразувати французьких екзистенціалістів, то можна стверджувати, що вони прагнуть піймати реальність «на місці злочину», тобто вловити й показати саме той несподіваний за своєю сутністю й відверто провокаційний для приватного життя людини момент, який учасник фактично не хотів би робити публічним. Це, наприклад, різного роду етично напружені й неоднозначні моменти, коли герої розгублюються, плачуть, принижуються, потрапляють у безглузді ситуації, відверто не витримують й демонструють нервовий, емоційний зрив, бо у них щось не виходить так, як це передбачає й особисте бажання, й, насамперед, якась традиція, ритуал, етика. Доволі часто показують й відверто скандальні сутички між учасника-

ми проекту, коли, наприклад, хазяїн вечора наполягає на тому, щоб всі взяли участь у розвазі, яку він приготував.

«Дом-2» переповнений і бійками, і склоками, і цілеспрямованим третируванням одного із гравців, і образливими, підлими взаємними зневагами, і принизливими примиреннями пар, і зрадами. Людину, хоча й штучно, проте все ж таки змушують відчутти та проявити реальність через низку емоційно-афективних станів та вчинків. «Звана вечеря» часто демонструє зненацька невдалі для хазяїна страви, безглузді помилки при готуванні їжі, неохайність, безпорадність хазяїна, емоційні зриви, елементарну безтактність і невихованість хазяїна й гостей. Американське реаліті-шоу «Обшук і побачення» («Новий канал») – приватне, тобто традиційно приховане інтимне, життя людини, що репрезентується неприбраною кімнатою, брудними речами, цинічно-еротичним обговоренням ліжка й постелі хазяїна, демонстрацією й коментуванням його нижньої білизни, прагненням зробити публічним його інтимні таємниці, як правило, порнографічні журнали, відеокасети, інфантильне захоплення дитячими машинками або наклейками тощо. В цьому реаліті-шоу при намаганні вловити та продемонструвати реальність увага і гравця, і реципієнта акцентується не стільки на вербальному або емоційно-афективному прояві реальності, скільки скеровується організаторами шоу на речі, точніше речовність як традиційний референт реальності. Те, що перш за все бачать гравці та реципієнти, і є каталізатором вияву реальності одночасно й через майже документальний огляд кімнати, який насамперед стимулює реципієнта, й через безпосередньо емоційно-вербально-кінетичні вияви та реакції гравців, що демонструє особливості їхньої зустрічі з реальністю. До речі, реаліті-шоу «Міняю жінку» на самому початку кожної серії застосовує той же прийом: активно та всебічно демонструє житлові й побутові умови кожної пари, що бере участь у шоу, підсилюючи відеоряд певними емоційно забарвленими коментарями ведучого за кадром.

«Весілля за 48 годин» («Новий канал») демонструє не лише матримоніальні плани, що вдало закінчилися, але й ті, які зруйнувалися з вини самих учасників: вони психологічно, емоційно, морально не витримали «весільної гонки» і зрозуміли, що не знали свого обранця, помилилися в головному виборі життя. Як правило, це доволі принизливі, образливі й навіть жорстокі моменти публічного розставання людей за кілька годин до весілля. Реальність в таких випадках виявляється з особливою силою й не може бути блокована очікуваністю дій: жодна з пар, які брали участь у реаліті-шоу «Весілля за 48 годин», не збиралася розлучатися або якимось іншим чином псувати собі та своїм близьким життя. Фінал, здавалося б, веселого, наочно побудованого на водевільній схемі реаліті-шоу, ніяк не передбачає драматичного розв'язування подій. Проте в цьому реаліті-шоу доволі часто (якщо зважити на його концепцію на культурне підґрунтя) були саме драматичні фінали, які вкрай сильно демонстрували дію реальності та зустріч з нею людини. Пари, беручи участь саме у мас-медійному проекті, були налаштовані на нормальний, якщо не щасливий кінець: просто не отримати приз та не поїхати за рахунок спонсорів шоу у весільну подорож. Утім вони не планували жорстку та незворотну за своєю сутністю зустріч з реальністю. Реаліті-шоу, саме як мас-медійний продукт, тим більш скерований на ствердження й підтримання традиційних сімейних цінностей, здавалося б гарантував цим парам пристойний фінал шоу, який не руйнує реального життя. Однак навіть мас-медійний проект, особливо реаліті-шоу, не гарантує блокування реальності, наприклад, за допомогою монтажу чи Perezнімання певних епізодів. В цьому й полягає проблема реальності в реаліті-шоу: занадто безвідповідальне, іноді непорядне, цинічно-прагматичне, а головне, непередбачуване втручання в реальність завжди сюрпризне за своєю сутністю для всіх учасників ситуації без винятку.

Про зацікавленість і спрямованість реаліті-шоу на реальність, здавалося б, свідчать і такі трагічні факти, як смерть учасників різноманітних проектів реального телебачення, що відбуваються все частіше. Вони дійсно демонструють безобразність і миттєвість реальності реаліті-шоу у всій її повноті й необоротності. Так, споконвічно здавалося б ясно, що реаліті-шоу – це шоу реальної реальності, що фіксує, копіює, відображає, утримує все живе й безпосередньо, у практичному досвіді дане, наочно виявлене, представлене зараз, прямо перед об'єктивними камерами життя, яке проходить, у всій його повноті й різноманітності. Або ж інакше кажучи, реаліті-шоу – це шоу *життєвого світу* (Г. Гусерль), повсякденності, що масштабується, препарується, з'являється, як у мистецтві фотореалізму, укрупнена, трансфор-

мована за допомогою об'єктива. Але на відміну від фотореалізму, що прагне вловити, зафіксувати й визначити повсякденність у її нерухомості, статуарності, моментальному і єдиному неповторному зрізі, реаліті-шоу, навпаки, спостерігає й фіксує рух, причому плавної, повільної, спонтанної, еволюційної повсякденності, що відбувається під поглядами камер або звичайних, навіть випадкових спостерігачів, що розглядають вітрину модного магазину.

Проте є один момент у реаліті-шоу, який наочно свідчить про те, що занадто стрімка еволюція цього мас-медійного продукту демонструє все більший його ухил до реального та поступовий відхід від єдиної Реальності. І це пов'язано не лише із загальновідомою проблемою специфічності та умовності телебачення чи навіть Інтернету у відтворенні реальності. Проблема полягає в іншому. Наприклад, вже згадувані реаліті-шоу з життя тварин та птахів споконвічно використовують певні замітники реальності, створюючи реальне природи. Так, в реаліті-шоу про котів з важкою долею в акваріумах, які навмисно побудовані для обездолених котів у вітрині одного з центральних універмагів Нью-Йорка, плавають штучні рибки та на прохання захисників природи «миши будуть не настоящими, а искусственными» (<http://www.polit-nn.ru/>). Проте ніхто не турбується, що буде з котом, який впіймає штучну рибку чи мишку, або з глядачем, який з 100% упевненістю знає про заміну реальності її еквівалентами та протезами, як би сказав Ж. Бодріяр. Аналогічним чином й реаліті-шоу про інтимне життя синиць теж демонструє не стільки актуалізацію реальності, скільки зацікавленість в реальному, та, як на цьому наголошував В. Подорога, веде до протезування всього спектра повсякденних відчуттів й примирює з надлишком реальності. Просте спостерігання за об'єктивно існуючим світом дуже швидко не в змозі задовольнити звичайну людину XXI ст., яка встигла звикнути до своєї нової чуттєвості та майже безмежних можливостей реального. Вже в обґрунтованні сенсу реаліті-шоу з життя птахів норвезькі фахівці зазначають, що «реальные шоу» вчерашнього дня уже порядком поднадоели норвежцам. После нескольких показов программы под названием «Большой брат» – которая называется по-разному в разных странах – зрительская аудитория явно утомилась и потеряла к ней интерес. Но теперь их любопытным взорам предстала жизнь пары синиц: птичье семейство обитает в домике, копирующем человеческое жилище, и за делами и проделками синиц каждый вечер наблюдают тысячи и тысячи любопытных» (<http://news.bbc.com.uk/hi/>).

Проблема реальності в реаліті-шоу поступово, в ході розвитку цього складного явища, яке доволі тонко та швидко реагує на соціокультурні запити та потреби, підмінюється/замінюється проблемою реального, що й відображається, по-перше, у жанрово-стилістичній трансформації, коли у реаліті-шоу визначальним стає не змога безпосереднього, простого, якомога ретельного спостереження за чужим життям, що проходить у певному периметрі, а фокусування уваги на перебігу якихось ключових подій, що ілюструються найбільш рейтинговими моментами. По-друге, в надмірній активізації серіальності, монтажу, певній драматургічній упорядкованості й регламентованості кожної окремої гри реаліті-шоу. Реальність все міцніше блокується порядком, заданою вибудуваністю подій, як репрезентантом концепції реаліті-шоу. По-третє, в надзвичайній насиченості реаліті-шоу видовищними, штучно створеними, наочно ігровими ситуаціями, подіями, станами. По-четверте, в активному та цілеспрямованому зрощенні реаліті-шоу з іншими розважальними шоу (кулінарними, спортивними та навіть політичними), піаром та рекламою. По-п'яте, у цілеспрямованій тематичній диференціації реаліті-шоу, наслідком чого є актуалізація реального, а не реальності.

Природно, що жорстка тематична спрямованість реальних шоу споконвічно передбачає активізацію тієї або іншої іпостасі повсякденності. Всі дії та ситуації тут споконвічно задані форматом реаліті-шоу та визначаються тематичним об'єктом сподівання. І гравці, і реципієнти вже підготовлені до перебігу подій, пряма дія, що дозволяє зіткнутися з реальністю, дуже слабка, відбувається активне перцептивне блокування реальності, відчуття та емоції актуалізуються набором певних сподівань, бо навряд у реаліті-шоу про важливість вдало й щасливо вийти заміж («Давай одружимось!» на каналі «СТБ») можна мати надію побачити щось на кшталт поїдання хробаків («Фактор страху» на каналі «ТЕТ»). Або інші приклади. Так, для реаліті-шоу «Острів спокус», «Гарем», «Красуні й розумники» це буде повсяк-

денність почуттєвого, примхливого, фривольного живого життя у всій її повноті й різноманітності, коли панує тонка естетика, пронизана найтоншою еротикою. Головними героями таких реаліті-шоу є Спокуса, Примха, Насолода, Гра, Любов, Чоловік і Жінка. Реаліті-шоу типу «Званої вечері», «Готуємо вдома» актуалізують повсякденність стабільного, турботливого, затишного, домашнього життя, де панує спокій, етика й ритуал приватного простору, які на час відкрилися для сторонніх поглядів. Головними героями подібного роду реаліті-шоу є Будинок, Хазяїн, Гість, Традиція, Такт, Гурманство. Реальні шоу типу «Весілля за 48 годин», «Хочу заміж», «Зніміть це негайно», «Фабрика краси», «Метаморфози», «Царівна-лебідь», «Побачення наосліп», «Давай одружимося!» актуалізують повноту приватного, навіть інтимного життя людей, що вирішили змінити свою психіку, світовідчуття, тілесність, домогтися щастя, стабільності в особистому житті. Головними героями подібного роду реаліті-шоу є Я, Любов, Віра, Терпіння й Терпимість, Такт, Чоловік, Жінка, Родина, Традиція. Ці реаліті-шоу актуалізуються щодо реального, але не реальності, яка в них виявляється вкрай рідко та частково, спалахами емоцій, несподіваних ситуацій, непередбачених сценарієм, невиправлених монтажем. Реальність, саме як прорив природно-культурного ґрунту, поступається реальному, саме як підґрунтя соціокультурного.

Таким чином, незважаючи на популярність реаліті-шоу, величезні черги на кастинг, організаторів реаліті-шоу, критиків, теоретиків реаліті-шоу все більше турбує саме статус реальності в реаліті-шоу. Проблема реальності, яка, здавалося б, була вирішена для звичайної людини та її повсякденності через появу реального шоу, знов стала актуальною, особливо коли реальність поступилася місцем реальному та почався невпинний розвиток медіаобразів повсякденності, що розпалася на певні іпостасі, частини: «кулінарну», «гламурну», «професійну», «родинну». При цьому необхідно зазначити, що занепокоєння або ж недовіра до реальності в реаліті-шоу має не лише психологічний, соціальний, мас-медійний, життєвий характер, але й філософсько-культурний. Незважаючи на те, що в реаліті-шоу, якщо не завжди, то часто діють реальні люди й відбуваються реальні події, аж до реального втручання і у соціальне, і в приватне, і в тілесне життя людини, реальність все-таки не є засадою цього складного продукту розвиненого інформаційного суспільства. Реаліті-шоу скоріше продукують реальне, ніж намагаються вловити й відобразити одну єдину Реальність. Ім, як і багатьом продуктам рубежу ХХ–ХХІ ст., бракує реальності. Реаліті-шоу приховують її за образами й різноманітним нових реальностей або реального, які розривають і знищують природну спонтанність, шоківість і непередбачуваність реальності. Закономірно, що жанровий розвиток реаліті-шоу демонструє відхід від простого поетапного фіксування повсякденності й все більше тяжіння до диференціації за проблемно-тематичним принципом, що відтворює, наприклад, «сімейно-домашню», «еротично-фривольну», «тусовочну», «бізнес», «стоїчно-героїчну», «спортивну», «офісну» повсякденність. Відбувається невпинне та необоротне зрощення реаліті-шоу з різноманітними ток-шоу, ігровими, спортивними, соціально-громадськими, культурно-просвітницькими шоу, рекламами та піар-акціями. Реальність при цьому нівелюється, а реальне демонструє монотонне повторення подібних, якщо не тотожних ситуацій, учинків, типів героїв навіть подій.

Таким чином, проблема реальності в реаліті-шоу, що обумовлює специфіку статусу реальності, який повинен бути визначальним на всіх рівнях розвитку цього явища, виступати конститутивним началом та підґрунтям реального шоу і як жанрово-стилістичного, і як текстового, і як дискурсивного явища. Проте ця проблема виявляється не такою вже й простою. Статус реальності не є константним та визначальним у реаліті-шоу, що й демонструє їх розвиток. У ході розростання цього мас-медійного продукту реальність підмінюється/замінюється різноманітними варіантами реального. При цьому проблема тут полягає не лише в тому, що фактично всі реаліті-шоу, крім рідкісних винятків, ідуть у запису й використовують монтаж, скільки в іншому. Реаліті-шоу, яке за своєю природою й сутністю покликане фіксувати плин повсякденності, вчиняє з нею за законами драматичного роду словесності й театрального мистецтва, перетворюючи повсякденність і, ширше, реальність на предмет тотального зображення й розігрування. Унаслідок чого реальність у реаліті-шоу виявляє принципово неоднозначний, об'ємний, багато в чому парадоксальний, а то й абсурдний статус із ризоматично обумовленими функціями.

Список використаної літератури

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / пер. с фр. Л. Любарской и Е. Марковской. – М.: Добросвет, 2000. – 258 с.
2. Массовая культура: современные западные исследования / пер. с англ.; отв. ред. В.А. Подорога. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – 339 с.
3. Планк М. Смысл и границы точной науки / М. Планк // Вопросы философии. – 1958. – № 5. – С. 102–116.

В статье идет речь о проблеме реальности в реалити-шоу, обуславливающей специфику статуса реальности, который должен быть определяющим на всех уровнях развития этого явления, выступать конститутивным началом и основой реального шоу и как жанрово-стилистического, и как текстового, и как дискурсивного явления. Статус реальности не является константным и определяющим в реалити-шоу. В ходе развития этого масс-медийного продукта реальность в подменяется/заменяется разнообразными вариантами реального.

Ключевые слова: реалити-шоу, реальность, реальное, социальная коммуникация.

The article deals with the problem of reality in reality show which stipulates the peculiarities of the reality status. It is to be determining at all levels of this phenomenon development, to be a constitutive basis for the reality show as the genre and stylistic, textual, discursial phenomenon. The reality status is neither constant nor determining in the reality show. In the process of development of this mass media product the reality is substituted for various variants of the real.

Key words: reality show, reality, the real, social communication.

Надійшло до редакції 24.10.2012 р.