

П.Е. РОДЬКИН
*кандидат искусствоведения, доцент департамента интегрированных коммуникаций
факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики»**

Реалити-шоу эпохи телевидения: несостоявшаяся революция телереальности

Телевидение – технология, оказавшая фундаментальное воздействие на современное общество. П. Бурдые подчеркивает, что именно телевидение во второй половине XX в. становится инструментом создания реальности¹, сила внушения которого может послужить детонатором социальной мобилизации. Подобное утверждение едва ли будет воспринято сегодня как оригинальное, однако телевидение остается главным носителем реальности, его значение хоть и оспаривается интернетом (и новыми медиа), но по-прежнему сохраняется в полной мере. В этом отношении особого внимания заслуживают форматы, возникшие и возникающие внутри телевидения и претендующие таким образом на репрезентацию реальности. С точки зрения Ж. Бодрийера, такой подход к проблеме является устаревшим, так как речь идет уже не о реальности, а об уровнях гиперреальности и симулякров, воспроизводимых медиа. Телевизионный программный формат как конкретная и перцептивно открытая структурная единица телереальности (и ее единица смысла) позволяет получить наиболее законченное и объективное понимание технологий репрезентации реальности в рамках ее отношения к социуму.

Одним из форматов, претендовавших на революционные изменения в медиа, стало реалити-шоу. Несмотря на сугубо «игровой» и развлекательный формат реалити-шоу являются своеобразной социальной «лабораторией», на основании экспериментов которой можно сделать ряд выводов о характере социальных отношений «внутри» и «вне» телереальности.

Реалити-шоу бессмысленно анализировать в рамках оригинального сюжетного наполнения, в противном случае пришлось бы констатировать абсолютную включенность любого внешнего и «объективного» анализа в систему медиа. Возможность отстраниться от медиа, буквально применить метод «отстранения» В. Шкловского² к реалити-шоу, быть по отношению к нему беспристрастным сегодня может считаться дерзостью и большой удачей, так как само телевидение создает условия принципиальной невозможности отстранения зрителя и исследователя.

Особую актуальность такой анализ и сам оптический «ракурс» рассмотрения данного феномена приобретают вследствие социальных функций, которыми наделяется телевидение и которые сохраняются им даже в эпоху интернета.

Реалити-шоу как новый телевизионный формат, нарушивший традиционные модели театра, кино и телевидения, обладало новизной и определенным стрессовым и шокирующим воздействием как на зрителя, так и на сами медиа. Трансляцию реалити-шоу 1971 г. TV Verite с американской семьей Лаудов Ж. Бодрийер ставит в этом смысле в один ряд с репортажем о высадке человека на Луну³.

Телевидение борется с непредсказуемостью, которую несет реальность, и управлять которой предлагается через исторически сложившиеся модели «спектакля» или «сериала». Зрители и создатели реалити-шоу в одинаковой степени находятся под влиянием традиционной игровой модели и ее ключевых форматов: сериала, кинофильма и ток-шоу. Отчасти телезритель видит в реалити-шоу их продолжение, таким образом, реалити-шоу не справляется с задачей освобождения от сюжета.

Ближайшим по форме и отчасти по содержанию к реалити-шоу является телесериал. Не случайно долгоиграющие шоу (самым бесконечным из которых является российский проект «Дом-2») вынуждены подражать сериалу, особенно это касается развития «повествовательных» линий внутри шоу. Впрочем, реалити-шоу не обременено окончательным сценарием в его классическом понимании, и здесь оно действительно отличается от сериала. В этом отношении реалити-шоу может позволить себе «самообнажение»: пространство реалити-шоу, четко маркированное декорациями, фирменным стилем и визуальным интерфейсом, является перцептивно видимым и определяемым. Насилие над реальностью, которое производится в реалити-шоу (зритель это чувствует, но все еще, как в эпоху первого синематографа, верит в чудо), происходит, когда медиа перестает справляться с функциями управления реальностью по мере собственного расширения.

* Родькин Павел Евгеньевич, e-mail: prdesign@yandex.ru

¹ См.: Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002, с. 35.

² См.: Шкловский В. О теории прозы. М., 1925, с. 7-20.

³ См.: Бодрийер Ж. Симулякры и симуляции. М., 2015, с. 42.

Участник реалити-шоу заранее приговорен к роли актера, к которой впрочем он и сам стремится, чтобы получить новый социальный и профессиональный статус. В процессе трансляции можно услышать постоянную озабоченность участников собственным образом, они упрекают друг друга в том, что «надо быть яркими», надо «делать шоу»⁴ и т.д. Эти критерии лежат в основе зрительского голосования, которое оценивает участников, словно речь идет об игре актера в фильме или спектакле, хотя зрительский интерес изначально вызывает именно обещание «реальности» и непредсказуемости. Глубина и «тайники» человеческого сознания, которые были недоступны политическим технологиям слежки, наконец-то вскрываются медиа, пусть даже в локализованной игровой форме. Реалити-шоу буквально выворачивает участников наизнанку во всевозможных «комнатах исповеди» или «будках гласности», главное, чтобы поведение участников, их мысли и мотивации были прозрачны. Современные медиа в отличие от классического эталонного Большого брата из «1984» Д. Оруэлла не производят прямого идеологического насилия, главным критерием лояльности является прозрачность как таковая, которой не так-то легко добиться даже под круглосуточным надзором камер. Большой брат превратился в телевизионную игру и одноименное реалити-шоу. Как саркастически заметил по этому поводу У. Эко, «вся затея приобретает характер чисто театральный или психиатрический»⁵.

В игровой культуре структурную несвободу можно компенсировать только путем увеличения интерактивности. Игра становится элементом структурирования реальности, более эффективным, чем прямое принуждение. Игра распространяется на все области жизни, и если классическое тоталитарное общество относится к игре еще с подозрением (как к чему-то отвлекающему от дискурса власти), то современное общество относится с подозрением к людям, которые не хотят участвовать в играх. Как замечает испуганный «диктатурой интимности» Р. Сеннет, «исследуя, как рождается актер без искусства, мы приходим к представлению о конфликте между игрой и нарциссизмом, – силами нарциссизма, мобилизованными сегодня самой культурой, – в ходе которого низвержению подлежит способность играть, которой человек обладает до того, как вырастает и вступает в мир "реальности"»⁶.

Структура телереальности формируется через ряд ритуалов, которые никогда не нарушаются ни при каких вариантах развития событий внутри реалити-шоу. Ритуалы заселения, прихода, ухода, голосований являются сюжетными доминантами шоу. Реалити-шоу являются жестокой ритуальной игрой, в которой сам ритуал выполняет те же социальные функции, которые он выполнял в социокультурных системах древних обществ. Выражаясь словами Бодрийяра, участники шоу «избираются, как и при древних жертвоприношениях, для того, чтобы быть прославленными и умереть в пламени медиа, который играет роль современного фатума»⁷. Это архаическая ритуальная модель, в которой бесконечно воспроизводится смерть личности. Система ритуалов, которые связаны с судьбоносными моментами в жизни участников, повышает интерес к шоу. Устойчивость системы заключается в том, что медийное наделение ее субъектов дополнительными полномочиями, привилегиями и статусами не приводит к перераспределению власти⁸, структура сохраняется в стабильном состоянии, а все стороны процесса, не важно, по какую сторону экрана они находятся, продолжают играть по правилам системы.

Разнообразие характеров, интересов и целей может дезориентировать зрителя, привыкшего к стандартным моделям «положительного» и «отрицательного» героев, участники шоу подбираются под определенные психологические типажи («рубаха-парень», «циник», «стерва», «романтик» и т.д.), так складывается определенная знаковая колода. Психологические типы реальной жизни превращаются в медиаобразы. Реалити-шоу использует не личность человека, а модель поведения и знаковый типаж, которые становятся главными операционными единицами смысла в медиа.

Реалити-шоу главным своим субъектом действия делает не конкретного участника, а прежде всего дискурсивную форму реальности в целом: необитаемый остров («Последний герой», 2001-2009 г., Первый канал), офис («Офис», 2006 г., ТНТ), дом («Дом-2», 2004 г. – настоящее время, ТНТ) или классическое замкнутое пространство («Большой брат») и т.д. Непрофессионализм участников, заменяющих актеров, лишь растворяет действие, ведь вся их «непредсказуемость» находится в рамках сюжета самого шоу: если участники «работают» в офисе, они не могут выйти за пределы офисного дискурса, если они «строят любовь», они не могут не разыгрывать любовных отношений. Сама возможность проведения шоу в заданной ситуации является главным условием стабильного удержания телевизионной реальности в рамках зрительского интереса. Реалити-шоу изначально предоставляет зрителю минимальный смысловой набор форм общения и это ограничение более существенно, чем формат шоу как таковой.

⁴ См.: Гуцал Е.А. Проблема культурной самоидентификации участников реалити-шоу и интерпретация их бытования телезрителями // Медиаскоп, 2008, № 2. URL: <http://mediascope.ru/node/238>

⁵ Эко У. Полный назад. М., 2012, с. 175.

⁶ Сеннет Р. Падение публичного человека. М., 2002, с. 362.

⁷ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М., 2015, с. 44.

⁸ См.: Родькин П. Медиа и социум. Три попытки вскрыть субъект власти: Критический очерк. М., 2016.

Современный человек желает участвовать в телереальности даже в малозначительной или унижительной роли. Участие в ней (сопричастность) равносильно социализации; престижность того или иного образа и стиля жизни зависит от включенности их в медиа, чем, пожалуй, можно объяснить массовое распространение феномена «селфи» и той прозрачности, которую получила частная жизнь в социальных сетях. Реалити-шоу в полной мере раскрывает желание человека массовой культуры быть показанным, что означает онтологическую возможность «быть» и основанием его идентичности. Впрочем, сегодня это желание еще не так актуально, как простая вера в чудо: медиа рассматривается как исполнитель желаний, а поощрение участников реалити-шоу только усиливает эту потребность.

Участие в реалити-шоу можно приравнять к добровольному медиа рабству, оно является недооцененной жертвой обществу во имя его наслаждения тотальными зрелищами. Материальные блага – это лишь скромная благодарность и ответный дар общества потребления и медиа современным «гладиаторам». И как положено настоящим гладиаторам, участникам шоу полагается эффектная медиа смерть. Ритуал выбывания участника из игры обставляется по правилам почти классической драмы. Логика медиа по отношению к участникам похожа на дискурс римских зрелищ: чем более любим гладиатор, тем интереснее его смерть. Уход «сильного» участника только укрепляет интерес к шоу.

Реалити-шоу даже в развлекательном качестве содержало в себе намеки на возможность трансформации традиционной иерархической модели, которую исторически наследуют и воспроизводят медиа из реальной структуры общества. Однако революционных изменений телевидения, особенно в сравнении с изменениями, которые произошли в интернете в контексте развития Веб 2.0 и новых медиа, не произошло даже на идеологическом уровне. В рамках развития паноптической системы воспроизводства реальности через проникновения в реальную жизнь эффективнее оказалось переложить функции наблюдения, по сути во все той же форме самолюбования, на само общество и «устранить» зловещего телевизионного посредника. Начиная с 2005 г. (времени запуска видеохостинга Youtube) инициативу перехватывает интернет. Появившееся в 2015 г. приложение Перископ (Periscope) обеспечивает пересмотр оппозиции «наблюдатель – наблюдаемый» в рамках реалити-шоу. Перископ представляет собой приложение и социальную платформу для проведения прямых видеотрансляций из социальной сети Twitter. Каждый теперь может транслировать реальность и каждый может ее наблюдать. Профессиональные художественные декорации, свойственные для культуры спектакля, больше не имеют решающего значения, демократизация позволила медиа приблизиться к реальности до той степени, когда сама реальность, освобожденная от форматных обременений классической эры телевидения, а также от шоу, становится единственно достоверной декорацией перманентной трансляции. Таким образом, в рамках системы потребления:

- пафос снятия границ между реальным и транслируемым в реалити-шоу оказался переоценен и не произвел существенных революционных изменений в медиа;
- реалити-шоу не оказало шокирующего воздействия на общество (по крайней мере подобное воздействие было чрезвычайно кратковременным и в целом слабым);
- реалити-шоу полностью воспроизводит традиционные формы театра и кино, и в этом качестве оно оказалось на периферии развлекательной сферы, даже несмотря на то, что полностью удовлетворяет потребностям человека массовой культуры и общества потребления;
- реалити-шоу фактически трансформировались в более реалистичные форматы наблюдения за реальностью, выходящие за рамки телевидения.

Дистанция между реальностью телевизионной и физической остается, не убирает ее и интернет. Реалити-шоу как новый формат по отношению к традиционным форматам внутри медиа казались чрезвычайно привлекательным и даже революционным решением достижения окончательного размывания этой границы и отчуждения реальности, но подлинно революционные процессы переносятся уже в эпоху интернета и новых медиа. Для современных медиа недостаточно быть просто инструментом репрезентации, они присваивают само содержание реальности средствами его отчуждения из массового сознания.

Родькин П.Е. Реалити-шоу эпохи телевидения: несостоявшаяся революция телереальности. Статья посвящена феномену реалити-шоу, возникшему в качестве специфического телевизионного формата, формирующего в современном обществе «эффект реальности». Несмотря на новизну данного формата по отношению к традиционным игровым формам театра и кино реалити-шоу не произвели революционных изменений в телевидении.

Ключевые слова: реалити-шоу, эффект реальности, медиа, телевидение, телереальность, Перископ.

Rodkin P.E. The reality show of the era of television: the failed revolution of telereality. The article is devoted to the phenomenon of reality show that emerged as a specific TV format. It is shaping in modern society «the reality effect». Despite the novelty of this format relative to traditional gaming forms of theatre and cinema, reality show did not make revolutionary changes in television.

Key words: reality show, reality effect, media, TV, telereality, Periscope.