

Масова комунікація

УДК 070: 004+392+175/177

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

Розважальний формат реальної та ретрансльованої ЗМІ політичної діяльності

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

Здійснено ретроспективний аналіз реальних політичних подій та їх медіаінтерпретацій в аспекті дослідження розважальності політичного дискурсу.

Ключові слова: політика, видовище, сміх, сенсація, шоу.

Kosyuk O.M. The entertaining format of real policy and of the policy showed by Mass Media. We have analyzed real political events and their interpretation by Mass Media, studied the entertaining properties of policy.

Key words: policy, show, laughter, sensation.

Існують різні погляди на політико-ідеологічну діяльність як публічне (віднедавна й екранне) дійство та майданність політичного життя загалом. За гіпотезою Й. Гейзінги, політика – це красивий “безперервний матч матадорів, котрі намагаються видовищно оголосити один одному шах і мат” [4, 328]. На думку М. Макіавеллі, К. Баллестрема та ін., це – азартна непримиренна і дуже брудна гра, у якій (як відомо, – і це стало вже афоризмом) усі засоби доречні. Наявні також численні спроби дуже серйозного нелудологічного потрактування й сприймання політичної діяльності. Отже, слід зазначити, що у вимірі аналізу цього явища присутні різні, інколи цілком протилежні, концепції його функціонування. Однак нас, як дослідників медіарозважальності, найбільше зацікавив аспект погляду на політику як на видовище/гру: одвічна “драматургія”: вогні рампи, урочисті звуки

та прокльони зримо споріднюють найдавніші та сучасні події політичного життя. Це засвідчив у своїй фундаментальній праці про генезу екранних шоу В. Кісін [6] (див. таблицю 1 (із нашими доповненнями – О. К.)):

Таблиця 1

Доісторичні видовища	Доба видовищних мистецтв
<i>Мисливська гра</i>	<i>Професійний театр</i>
<i>Похоронний обряд</i>	<i>Середньовічна містерія</i>
<i>Мисливський і тотемний танок</i>	<i>Паради</i>
<i>Бойові ігри</i>	<i>Цирк</i>
<i>Поминальні ігри</i>	<i>Кіно</i>
<i>Видовища первісних цивілізацій</i>	<i>Спортивні видовища та спортивний театр</i>
<i>Ініціації</i>	<i>Масові видовища</i>
<i>Шаманство</i>	<i>Видовища без зображень</i>
<i>Первісні містерії</i>	<i>Видовища без виконавців</i>
<i>Стародавні видовища</i>	<i>Театралізація та екранізація політичних подій</i>
<i>Народні ігри</i>	<i>Телебачення</i>
<i>Народні обряди</i>	<i>Відеокасети та відеодиски</i>
<i>Народні свята</i>	<i>Інтернет</i>
<i>Концерти</i>	
<i>Народний театр</i>	
<i>Державні обряди, ритуали, церемонії та учти</i>	
<i>Військові ігри</i>	
<i>Тріумфи</i>	
<i>Державні свята</i>	
<i>Бенкети, оргії</i>	
<i>Релігійні обряди, ритуали, таїнства</i>	
<i>Богослужіння (літургія, меса)</i>	

Актуальність дослідження видовищно-розважального аспекту політичної діяльності полягає у тому, що впродовж останніх десятиліть спостерігається прискорене зростання релаксаційного сектора у просторі електронних засобів масової комунікації (і не в останню чергу – завдяки трикстеризації політики). Однак осмислення функціонування медіа в аспекті розважальності у національному журналістикознавстві помітно відстає від практики.

Отже, *мета* нашої публікації – засвідчити та охарактеризувати розважальну функцію медіапроектів політичного спрямування.

Досягнення мети передбачає реалізацію таких завдань: а) дослідити в історичній ретроспективі погляд на політику як на своєрідну гру/розвагу; б) проаналізувати кризь призму лудології у контексті найдавніших дійств сучасні телепроекти на політичну тематику.

Об'єктом нашого вивчення стали вибіркові програми двох найрейтинговіших телеканалів („1+1”, „Інтер”).

Предмет наукового опрацювання – розважальний компонент сучасної політичної медіапродукції у її зв'язку з архаїчними джерелами.

Пропоноване дослідження своєю специфікою пов'язане із магістральними проблемами та напрацюваннями Інституту екології масової інформації, зокрема темою ОБ – 233 Ф “Насильство в медіа: психологія впливу та педагогічні методики нейтралізації (в рамках розробки навчальних курсів з медіаосвіти)”.

Ритуал, міф, а отже – гра – „первинна модель будь-якої ідеології” [9, 419]. Ігровий, маріонетково-вуаляжний стиль політичного життя начебто й не повинен нікого дивувати: від найдавніших масок до пишних інавгурацій із народними гуляннями він – традиційна реалія соціального буття. І ніхто не розуміє цього краще, аніж політики, для яких кіч завжди був і незмінно лишається найбільшим естетичним ідеалом. Незважаючи навіть на те, що усі їх “показові виступи”, супроводжувані гаслами, замінила вміло змонтована рекламна пропаганда із вдало підібраним “репертуаром”. Влада, як справедливо свого часу зазначив Блез Паскаль, передусім прагне майданності, публічної карнавальної видовищності, навіть епатажності, тому вона і надалі (тепер через посередництво медіа) успішно послуговується засобами карнавалізації, спираючись на уяву та сенсаційність. Як вислід – з екранів телебачення президенти дозволяють собі розмовляти кримінальним жаргоном, учасники з'їзду з'являються на публіці у смішних костюмах, обурена опозиція проводить мітинги, демонстрації, “ходи зі свічками”, встановлює пам'ятні таблиці жертвам діючого режиму, дотепні лялькарі майструють вертеп під назвою “Парламент”, у якому депутати слухають задом наперед (за що отримують премії від діючого Президента країни) [17], а на

політичних демонстраціях однаково патетично звучить: “Ні краплі крові за нафту!”, “Бандити сидітимуть у тюрмах!” “Не допустімо кровопролиття!”, і “Геть хот-доги!”

Політика успішно рекламується. Це дозволяє зменшити кількість ще донедавна таких популярних зустрічей зі слізними покаяннями, неодмінним “биттям себе в груди” та цілуванням дітей. Аналогічного ефекту тепер можна досягти, вдало поставивши та спроектувавши телевізійні події. “Причому все планується не так з розрахунку на слова та ідеї, як на картинки” [13, 257] – нерідко талановиті і завжди розраховані на майданний резонанс. На думку провідних теоретиків масової комунікації, “через виробництво та створення масовомедіальних подій електронні ЗМІ прямо втручаються у процес кадрової селекції та відбору у політичній сфері” [11, 30].

Продуковані сучасними ЗМІ глобальні конфлікти – це не просто війни народів чи ідей, найбільшою мірою – то конфлікти лідерів (їхніх образів). Переставши бути “живими людьми”, політики перетворюються у щось на кшталт постатей з музею воскових ляльок чи акторів сенсаційного дійства. Як наслідок – кожне їх ретрансльоване медіа слово – обряд, кожен “вихід” – вистава у камерному виконанні. Вогонь, руїни, люди тут, у політичному “медіавертепі”, правлять здебільшого за декорації. У центрі уваги образи вершителів долі. Іще прижиттєво вони нагадують щось театральнo-монументальне або балаганно-комічне, як, наприклад, учасники нещодавніх перед- і післявиборних подій в Україні (з киданням яєць, “парадом” вбивств, самогубств і отруєнь).¹

¹ В об’єктиві сучасних медіа, наче людський метронометр кривавого часу, монотонно розхитується арабо-мусульманський світ, у якому замість Корану “штудіюють” АК – імітатор найбільш зрозумілої мови. Традиційна формула арабського прощання “іди з миром” звучить у просторі медіа як посилення у матеріально-тілесний низ. “Під час війни, – пояснює в інтерн’ю для телеканалу „Інтер” кашмірський “герой”, – я навчився вбивати і заробляти гроші” [12]. “Війна, за словами міністра оборони США, не більш небезпечна, аніж наша пасивність” [12]. Це звичайна собі гігантська оргія, що входить у життєвий та екранний простір разом з іншими реаліті-шоу. Мінімум режисури. Максимум “до”, “після” і в “рemarkах”. Таке відчуття, що доба американського дикого заходу не минула два століття тому, а з незначними варіаціями та

В інтерпретації ЗМІ, що виконують функції новітнього релаксаційного дублера (тобто, як ми уже зазначили, є водночас амвоном, ареною, коном, стадіоном, іподромом, майданом та шаховою дошкою), національна й загальносвітова трагедії миттєво трансформуються у казкову чи детективну історію: кров перетворюється у вино, смерть нагадує чергову реінкарнацію, а війна постає як всеохопна Вавилонська лотерея. Себто, “все відбувається так, як і належить”: одвічна політична алегорична “п`еса” триває: транслуються криваві події, а поряд звучать промови та оплески, підкріплені трагічною мімікою, благородними жестами та активним жонгливанням словами. Хоча більшість глядачів, напевно, прекрасно розуміють, що усе це – всього лиш лише гра...

”Народ, – як справедливо зазначив С. Аверинцев, – ніколи не поділяє до кінця патосу пануючої правди. Тому його реакція на політичний кіч повсякчас зберігає тверезе насміхання у ставленні до патетики” [1, 481], що проявляється у “здоровому”, трохи цинічному, сприйманні реалій політичного життя: із карнавальним вогником, веселою лайливістю, великою часткою поблажливої недовіри (мовляв, говорять дурниці – така вже їхня роль). Реципієнт у названій ситуації одягає традиційну ритуальну маску розумного дурня (як у найскандальнішому з телепроектів каналу „Інтер” „Народна платформа”), аби награною байдужістю та веселощами знищити надмірну патетику, серйозність і... страх. На жаль, техногенне суспільство відповідає йому сміхом, котрий є ще більшим викликом [3, 154]. Маємо на увазі саме той саркастичний бергсонівський сміх, який відповідає злом на зло [3].

Це зло настільки явне і незаперечне, що пережити його без втручання медійної “ритуальності” справді важко. Останніми роками в Україні відбулося безліч подій, “видиму благопристойність” яких вдалося зберегти виключно “з подачі” мас-медіа: 77 осіб, серед яких 28 дітей, загинуло внаслідок катастрофи

сюжетними відхиленнями продовжується у вигляді осучасненого “вестерну” (за американською формулою), на завершення якого на нас чекає вершина голівудського кіновиробництва – “краса висадженого у повітря світу”.

літака Су-27, що виконував фігури вищого пілотажу; “кольчужний” скандал став логічним продовженням касетного, касетний переріс у кримінільно-“комічний” із патетичними обіцянками, арештами та вбивствами. Аварії на шахтах, отруєння і “самогубства” стали чимось буденним (підспудно очікуваним?). “Смерті перестали вражати. І це вражає!” [2, 3].

Аби “пристойно” висвітлити подібний “бедлам”, потрібна неабияка режисерська майстерність та здатність розважити всіх. Саме розважити (без лапок), бо те, що відбувається довкола, особливо у політичних кулуарах (рим. лаштунки), не може не цікавити, не дратувати, не задовольняти, тобто – не розважати (за цитованими уже лексикографічними джерелами [14, 15, 16]) публіку (адже це одвічно закладена в нас архетипно кодифікована система потреб!).

Ретрансльовані медіа катастрофи, як і традиційні державні ритуали, церемонії приваблюють публіку перш за все своєю натуральністю, адже виконавці тут не актори і не ляльки, а живі люди, та й події, навіть “оброблені”, “театралізовані”, трансформовані – фрагменти реального життя. Цікаво, що у США політиків “продукують” вже й на реаліті-шоу. В рамках нового проекту під назвою „Read/Blue” 12 осіб поселяють в особняку під наглядом камер і мікрофонів. Учасників поділяють на команди консерваторів і лібералів. Ці команди, проявляючи політичні здібності, виконують різноманітні завдання. Щотижня з команди вибуває один гравець. Останній – переможець – отримує 1 млн. дол. „на політичні цілі”. Він може тратити ці гроші, на себе чи підтримку якогось іншого кандидата на виборах у Сенат [18, 229]. В американському телебізнесі існує тенденція і політичні судові процеси перетворювати на reality show: суд над Саддамом Хусейном трансльовався в прямому ефірі. Анонсуючи сенсаційне „видовище із Хусейном”, телевізійники нав’язливо олошували, що глядачі матимуть ще одну чудову нагоду розважитися: „Сенсації та скандали, – казали вони, – постійний супровід колишнього диктатора, тому кожному цікаво, що він

ще може „утнути!” [5].²

Засоби масової комунікації – найактивніші гравці у популізм. Саме вони створюють ореол недоторканості й непомильності довкола популярних лідерів. Наприклад, з екранів українського телебачення все частіше доводиться чути: “Так, його помічники можуть помилятися, але він сам не знає, що насправді відбувається в країні” [10, 2]. Медіапопулізм, як відомо з історії, створює найкращі умови для диктатур. На жаль, передач (окрім не усім доступних мережевих), в яких є умови для відвертих розмов, небагато. Передусім до таких програм варто, окрім “Свободи слова”, зарахувати ті, що уже зійшли з екранів телевізії: “Епіцентр”, “Іду на ви” тощо, а також документалістику Андрія Цаплієнка “На лінії вогню”, за посередництвом якої глядачі щомісяця відправляються в одну з гарячих точок планети, щоб отримати правдиву інформацію про події. За плечима групи журналістів документального серіалу Афганістан, лінія контролю між Пакистаном та Індією, Македонія, Косово, Західний Берег ріки Йордан, табори палестинських біженців у Лівані, Сьєрра Леоні, Берег Слонової Кістки, Колумбія, Бурунді, Конго, Ірак тощо. Щоб донести правду про події, зазначено на офіційному сайті телеканалу “Інтер”, журналістам доводиться демонструвати в однаковій мірі точку зору обох сторін конфлікту. Дуже часто Андрій Цаплієнко і Вадим Ревун опиняються на лінії вогню у прямому та переносному значенні слова – на війні

² Володимир Килич в інтерв'ю для „Телекритики” від 21.12.2004 висловив думку, що аби один політик піднявся на постамент, хтось інший повинен його попередньо побудувати. Саме ЗМІ, на думку експерта, цим і займаються. Тому маємо нагоду бачити, як одного із кандидатів просто зруйновано політично (саме через медіа) а іншому “прижиттєво будується постамент”: „Віктор Ющенко, – зазначив В. Килич, – коментуючи підсумки теледебатів на Першому національному, на фоні заклопотано-біблейськи складених рук нардепа В. Яворівського, почував себе майже переможцем, хоча, як ми пам'ятаємо, донедавна його не видно було на екранах. [20] Привселюдне знущання із нещодавно „провладного кандидата” стало просто правилом доброго тону. Йому ніби намагаються за щось помститися майже всі телеканали, починаючи від місцевих. Досить жалюгідненькі спроби ще зовсім недавно гранично слухняних провладних медіа бути об'активними тепер залишаються лише спробами, вдалими й не дуже.” [там само].

цінують агітаторів, а не об'єктивних журналістів (чи тільки на війні? – О.К.). У кожній з ворогуючих груп є свої герої та антигерої. Причому визначення “позитивний” і “негативний” залежить від того, з якого боку барикад дивитися на персонажів програми. Творці проекту завжди стоять на перехресті. Цим програма відрізняється від інших [19]. Однак проект має невисокий рейтинг (див. офіційний сайт телеканалу “Інтер” [19]). Причина, на наш погляд, у тому, що він ще не достатньо “оброблений”. Тобто не є досконалим видовищем з погляду режисури.

Зростання зацікавленості журналістикою, зокрема екранізованою нею політикою, пояснюється тим, що у незінтерпретованій ЗМІ реальності, на жаль, від минулого лишилися виключно бліді трансформації колись дуже видовищних політичних акцій – атавізми повноцінних дійств. Найчастіше (в Україні) усе зводиться до процесій, плакатів, транспарантів та публічних офіційних промов у дуже незграбних мізансценах. На цьому тлі можна пригадати, скажімо, ритуал інавгурації американських президентів, ритуали на честь ювілеїв Французької республіки, частина таких вшанувань є, на думку режисера В. Кісіна, одержавленою обробкою й канонізацією конкретних народних свят [6, 40].

Отже, програми на політичну тематику не можна вважати взірцем високого мистецтва комунікації. У поле зору сучасних реципієнтів потрапляють лише доволі трикстеризовані майданні дійства політичного характеру.

У теорії масової комунікації існує компромісна спроба називати “серйозні” (на кшталт політичних) медіапроекти не розважальними, а розважальними за формою. Мається на увазі ситуація, коли нерелаксаційне подається у розважальній формі – і невідповідність шоуїзованої форми серйозному змістові стає об'єктом висміювання, утворюючи ореол комізму довкола трагічних та драматичних подій реальності. Однак вчені не враховують, що на сьогодні склалася ситуація, якої ще століття тому ніхто не міг навіть допустити: зовнішній – у силу певних причин непомірно трикстеризований – фактор стає внутрішнім фактором естетики і комунікації (передусім у медіавияві), фактором їх іманентного розвитку [8, 284]. Видовищний первень медіакультури сприяє тому, що вона максимально

комфортно вбирає і трансформує надміру лудологізовану соціальну дійсність. Аби зміст подій, що відбуваються, формально подавався як шоу, його вже не треба якось “обробляти”. Цей зміст у вихідному вигляді вкрай трикстеризований. Пригадаймо “сезонні” події у Верховній Раді. Їх “сюжет” “як не оформляй” – залишиться непристойним. Що й засвідчує (подвоюючи на органічно притаманну йому глибинну естетику) телебачення. Хоча, менш розраховані на видовищність друковані органи, набагато стриманіше коментують цей прикрий факт. Наведемо приклад трансформації названих подій у телевізійний та газетний тексти: 7.08.05 усі телеканали відверто показували відеоряд (“1+1” під веселу дудочку), у якому депутати билися й ламали мікрофони. В ефір потрапили найпікантніші моменти цього “дійства” із парламентарями у дуже непривабливих позах. Газети ж відреагували на подію набагато стриманіше, одна з них, наприклад, повідомила: “Вчора у Верховній Раді під час розгляду законопроектів пакету вступу до світової організації торгівлі сталася масова бійка за участю депутатів із фракції комуністів, СДПУ(о), БЮТ і “Наша Україна”. Усе почалося зі штовханини між Шкілем та Соломатіним [...]. Скіпер В. Литвин попросив депутатів “не смішити народ і заспокоїтися” й переніс засідання ради на післяобід” [7, 1]. У газетному тексті доволі серйозного видання відчувається намагання якомога пристойніше подати комічну за змістом інформацію: в усталеному форматі, за стереотипним взірцем тощо. На газетних шпальтах це зробити не так важко, як в ефірі аудіовізуальних ЗМІ.

Отже, під яким кутом зору не поглянемо, – і реальна, і ретрансльована в інформаційному просторі політика є на сьогодні одим із найрозважальніших видовищ (на жаль, у прямому та безпосередньому розумінні цього слова).

Література

1. Аверинцев С.С. Бахтин. Смех. Христианская культура // Бахтин М.М. Pro et contra. Личность и творчество М.М.Бахтина В оценке русской гуманитарной мысли. Антология. – СПб.: Изд-во русского Христианского гуманитарного института, 2001. – Том 1. – С. 314–321.
2. Балюк Н. 10 подій, що потрясли Україну // Високий замок. – 2002. – №12. – С. 3.

3. Бергсон А. Сміх. Нарис про значення комічного: Пер. з фр. – К.: Основи, 1994. – 165 с.
4. Гейзінга Й. Homo Ludens. – К.: Основи, 1994. – 250с.
5. Із Саддама Хусейна зроблять телезірку // Експрес. – 4-11 серпня. – 2005. – С. 1.
6. Кісін В. Режисура як мистецтво та професія // Телерадіокур`єр. – 2000. – №6. – С. 10–17.
7. Масова бійка у Верховній Раді // Волинь. – 7 липня – 2005. – С.1.
8. Медведев П. Н. Формальный метод в литиратуроведении // Фрейдизм. Формальный метод в литиратуроведении. М.: Лабиринт, 2000. – 640 с.
9. Мелетинский Е. М. Избранные статьи Воспоминания. – М.: Рос. гуманитарный гос. университет. – 1998. – 576 с.
10. Михайлова А. Трудова Україна: час оновлення // Волинь. – 28 квітня. – 2005. С. 4.
11. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / Під ред. А.З. Москаленка, Л.В. Губернського, В. Ф. Іванова. – К, 1999. – 634 с.
12. Подобиці” від 8.02.2003 (“Інтер”);
13. Потятиник Б. Проблема свободи в масовій комунікації сучасної України // Українська періодика.: Історія і сучасність. – Львів, 1999. – 190 с.
14. Словник іншомовних слів. – К.: Наук. думка, 2002. – 680 с.
15. Словник синонімів української мови: В 2 т. – К.: Наук. думка, 2001 . – Т.2. – 960 с.
16. Словник української мови: В 11 т. Том восьмий (природа-рухливий). – К.: Наук. думка, 1977. – 928 с.
17. ТСН від 27.07.2002 (“1+1);
18. У США на реаліті-шоу вирішили робити політиків // <http://www.Telekritika.kiev.ua/review/?id=23439>
19. <http://www.inter.ua/ua/>
20. <http://www.telekritika.kiev.ua/>

Адреса для листування:

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

Тел. 70-90-63, 4-83-21

Ел. пошта: o_kosuk@ukr.net

Статтю подано до редколегії
2008 р.