

## МОТИВАЦІЙНІ МУТАЦІЇ СУЧАСНОЇ СУБ'ЄКТИВНОСТІ (на прикладі шоу-ігор)

Сучасна людина, яка втратила як реальні, так і ідеальні атрибутивні виміри, знаходить вихід свого спустілого життя в житті в порожнечі або, як показує Бодрійяр, в симуляції життя у віртуальному просторі, що став тепер більш реальним, ніж сама реальність. У світлі загальної негативної логіки може бути досліджена ідеологічна максима такого ідеального продукту як негативні телевізійні ігрові шоу (у тому числі шоу-реаліті). У століття загальної симуляції, вивільнене від загальної змістовності, кінцевих цілей моральних і естетичних призначень, будь-яке явище громадського життя несе на собі відбиток ігрового характеру відносин. Люди стали грати в Ігри. Навколо нас ігрове кіно, гра в родину, гра в політику, економіку, культуру та ін. Гра як ідеальне освоєння реальності в умовах логічно завершеної реальності також виявляється власною симуляцією. Тому грають сьогодні перш, ніж є реальність і замість реальності, грають у життя раніше самого життя і замість нього — така активність без власної тіні є, по Бодрійяру, прискоренням руху в порожнечі, що підштовхується лише силою своєї інерції й тому рухається механічно рівнолінійно. Звідси можна припустити, що Гра сьогодні — штучне продовження безжиттєвого життя, а значить відтворення життя у своїй повноті як позитивних, так і негативних визначень. Але як пожвавлення віджилого життя — це її «дитяче» регресивне «освоєння» або звертання до пройденого людського становлення як нерозрізненого. Тому найсучасніша Гра є вільною програмою здійснення «революції» (М. Шкепу) людського як єдино можливої спокуси життя, що позбавлено субстанційного сенсу.

У своїй чистоті ігрові практики, на мій погляд, виявляються в телевізійних ігрових шоу і безпосередньо в її негативних шоу-реаліті. Тому що, як було сказано вище, стирання суспільних розходжень перетворює нібито «усе в одне й одне в усе». Саме негативні ігрові шоу, будучи умоглядною моделлю Гри (=Реальності), засвідчують її ідейну спрямованість, а саме обілення ідеального, тобто, користуючись характеристикою Бодрійяра, вони доводять ідеальне до тотальної формалізації, його винищення, вказуючи тим самим практику панування чистої форми або панування практики, позбавленої конкретного (людського) змісту. Отже, досліджуючи феномен ігрових шоу, варто враховувати їхній прояв як на рівні суспільної свідомості, так і на рівні ідеології.

У самому найменуванні телевізійних ігор як реаліті-шоу, імпліцитно міститься їхнє справжнє призначення. З одного боку, ігрові шоу претендують на вираження Реальності, на його буквальне відтворення, фотографічне повторення, і з боку їхніх організаторів існує прагнення видати їх за практику або зразок поведінки людей у XXI ст. (Березовський). У той же час не можна не враховувати, що така «реальність» пройшла через екран і, виходить, не є по суті Реальністю, але її духовним продуктом (=реаліті, реальністю, перетво-

реною суб'єктивністю та поки існуючою в її суб'єктивному виді). Отже, буде помилковим пряме отождолення Реальності й реаліті, та навпаки — було б хибно вбачати в ігрових шоу лише їх ігровий (шоу) елемент, тобто їх жартівливість, кумедність, святковість, балаган, карнавальність яким, наприклад, для масової свідомості уявляється ТБ шоу «Поле чудес». ТБ-ігри, що носять неприродний характер, але мають зрежисоване походження, постійно будуть маніпулювати цими двома компонентами — реаліті та шоу. Жодне з них не має без іншого самостійного значення і тільки як третє — як реаліті-шоу, — вони будуть становити тотальність форми, епіфеномен загальної симуляції, що стала реальною формою реальності. Звідси розмежування цих визначень або їхня підміна буде наслідком ангажованого підходу, з іншого боку таке їхнє розуміння буде вираженням наївної та ілюзорної свідомості.

Можна сказати, що для масової свідомості в іграх першорядним і самодостатнім буде шоу, а для його організаторів — феномен реаліті або, по-іншому, для першого буде бажаним реаліті як шоу (щоб «казка стала буттям»), а для інших — через шоу затвердити реаліті (представити буття казковим). Це головна напруга гри, що драматизує відносини її учасників, різноспрямованість їх корінних інтересів, але як стихійних (з боку масової свідомості) породжує парадоксальні настрої.

Так, глядачі щодо передачі будуть разом з позитивними емоціями виражати високий відсоток негативних оцінок, що іноді граничать з позитивними, і при цьому збирати найбільшу її аудиторію (приміром, телегру «Слабка ланка» позитивно оцінюють 18%, проти 21% телеаудиторії, якій передача не подобається, дратує, а телеперегляд складає 44 % глядачів; «Фактор страху», відповідно, 17% проти 5%, аудиторія — 27%; «Поле чудес» — 41% проти 12%, аудиторія — 65%). З іншого боку, демонструючи активну або пасивну підтримку учасників шоу, глядачі, у більшості, схильні над ними посміюватися (навіть глумитися) й засуджувати. А учасники програми (як показало перше в Росії реаліті-шоу «За склом»), загалом, не будуть шкодувати про свою участь у проєкті, але майже усі виразять бажання забути про той період часу, й усі разом будуть бажати позбутися іміджу «засклярів».

У принципі, розуміючи відчужено-суперечливу природу реаліті-шоу, можна говорити про феноменологічне розщеплення як масової свідомості, так і носіїв ідеології в процесі розгортання реаліті «тут і зараз». Згідно соціологічним даним, як в Україні, так і в Росії загальне відношення до реальності характеризується негативними визначеннями. Так, в Україні рівень задоволеності своїм положенням у суспільстві, за даними моніторингу 2003 р., показує, що кількість незадоволених складає 61,7% проти 11,7% задоволених, інші ж не визначилися з відповіддю. Уточнюючи визначеність почуттів респондентів щодо образу сучасного українського суспільства, на перші місця (в порядку убывання) вийшли такі уявлення про нього — убогість (62,4%), розруха (44,7%), безладдя (43,4%), а також почуття безвихідності. Російські соціологічні дослідження також відзначають присутність масової фрустрації населення — перевага почуття тривоги, відчуття погрози наступаючого майбутнього, невпевненість в завтрашньому дні та ін. Отже, виникає питання: якщо в масовій свідомості, як показують соціологічні матеріали, переважає негативне відношення до реальності, то чому люди грають у реаліті-шоу де, за словами їхніх adeptів, «вчать їх життю», «адаптують до нових умов», демонструють «відповідність реальної необхідності», якщо заздалегідь відомо, що люди масово їх не прийма-

ють. Можна сформулювати інакше — чим притягує той образ реальності, що пропонують реаліті-шоу, якщо також відомо, що їх сюжетність негативна? Або коротше: яку радість знаходять люди в тому, щоб грати в негативні ігри-реаліті, брати участь у «скандальних» шоу та інших телеіграх (при їхньому суспільному резонансі)?

Простежуючи тенденцію в жанрових перевагах сучасного світового телевподобання телевізійні соціологи й аналітики вказують, що саме розважальні передачі нарощують найбільш швидкими темпами свою популярність серед інших жанрів і що в найближчому майбутньому вони зможуть стати основним домінуючим жанром на телебаченні. Розважальні програми, у тому числі ігрові шоу, — це світовий продукт: винайдені в одній країні, вони незабаром стають надбанням десятків інших країн, що купують їхній формат, або роблять аналогічний свій, наближений до особливостей «домашніх» умов. Будучи світовим і масовим продуктом, такі розважальні продукти збирають мільйонні аудиторії не тільки своєї країни, але є прозорими для глядачів інших країн. Так, шоу «Великий брат» (Голландія), як і «Експедиція «Робінзон» (Швеція), мають до 35% глядацького рейтингу, включаючи глядачів із сусідніх країн.

У жанровій структурі російського телебачення (2003) співвідношення «легких» розважальних жанрів (кінофільми і телесеріали, розважальні передачі, спорт) і «серйозних» (інформаційних, публіцистичних, освітніх) — приблизно 75:25, що говорить про явну пріоритетність розважальної мотивації в масовому попиті та пропозиції. За самооцінкою глядачів, на перегляд усіляких розважальних передач (гумор, шоу, ігри, музика) іде майже 30% від всього індивідуального часу телеперегляду. Як фіксують опитування, такий крен тематики ТБ-світу Росії у бік світу телевізійного видовища концентрується, в остаточному підсумку, навколо чекання щоденних новин, вітчизняних серіалів, телеігор (особливо азартних і з великими грошовими призами), скандальних «реалістичних» шоу, кримінальних подій, образів ідентичності (проблем, труднощів, відносних успіхів) чоловіків і жінок у їхньому повсякденному житті та побутовому самовизначенні.

Які ж групи населення становлять більшість телеаудиторій, або на які групи населення насамперед спрямоване розважальне ТБ?

Соціологи серед найбільш задоволених змістом і вибором передач виділяють дві групи — це молодь (учні і студенти) і люди похилого віку (насамперед більшість пенсіонерів), безробітні, домогосподарки, люди з невисоким рівнем освіти (соціологи її називають групою «невимогливих» глядачів, що відрізняється найменшими культурними запитами і фінансовими, соціальними та іншими ресурсами для їхнього задоволення). Перша група (крім найбільш освіченої, успішної, заможної частини молоді) віддає свою перевагу ігровим ситуаціям, особливо пов'язаним з фізичним ризиком або інтелектуальним іспитом, сенсаціям і скандалам, а також передачам по «чоловічим» і «жіночим» інтересам, що відповідають образам статево-вікової ідентичності. Старша за віком частина телеаудиторії скоріше орієнтується в перегляді на вітчизняні кримінальні серіали і кримінальну хроніку (що взагалі характерно для всієї російської телеаудиторії).

Можна виділити два висновки, до яких приходять автор теледослідження, а саме: 1) сучасне ТБ, як найбільш доступне і краще інформаційне джерело, як вид проведення сімейного дозвілля і заняття у вільний час, поєднує й утримує групи глядачів, залежних від нього, відповідно, в інформаційному, ціннісному,

ідеологічному плані; 2) сучасне ТБ, у відсутності ціннісно-нормативної суспільної домінанти, як соціальний і масовий інститут стає ідеальним майданчиком, на який виносяться проблематика меж соціальної норми (тому такими привабливими будуть, зокрема для молоді, ігри-домагання, ігри порушення-наказання).

Серед різновидів реаліті-шоу фахівці називають наступні:

«Шоу на виживання», коли учасників поміщають у нестерпні для життя умови і пропонують битися за перемогу до кінця. (Для дослідження я беру такі з них, як «Останній герой».)

«Шоу підглядання», де програма експлуатує пристрасть до підглядання, обслуговує потребу в нездоровій цікавості й схильностях до нарцисизму: бажанні привселюдно показати себе, попозувати. (Для дослідження я беру такі з них, як «Голод», а також близьку по жанру телегру «Імперія пристрасті».)

«Схована камера» — розігрування, що викликають нестандартний, зухвалий шок і демонструють неоднозначність сприйняття ситуацій для виявлення індивідуальних реакцій і стратегій поведінки людей, що перебувають у невіданні.

«Квест» (від англійського слова «quest» — пошук). Шоу-пригода, детективна історія, головоломка, пошук нестандартних рішень. Учасники вчаться уникати пасток і виховують волю до перемоги.

«Реаліті-dream» («dream» англ. — «мріяти, сон, мрія»). За словами С. Кушнерьова, продюсера проекту, тут «реальні люди поміщені в нереальні обставини, щоб ці нереальні обставини дозволили їм краще розкритися».

У тому числі мною береться для дослідження така телегра-випробування як «Фактор страху», де також простежуються мотиви робінзонади і використовуються умови твердого психологізму.

Вибір даних телеігор обумовлений декількома причинами. По-перше, дані ігри мають світову популярність і є найбільш масово розповсюдженими, по-друге, вони перші, за часом появи, телевізійні формати типу «реаліті-шоу» — феномена, що сполучає досягнення високих технологій і витонченість ідеологічних маніпуляцій і який є, скоріше, не реальним телевізійним (віртуальним) феноменом, а реальним феноменом реальності віртуального. По-третє, по змісту в даних іграх, на мій погляд, найбільш явно представлено програму з-живання людського в умовах «галлюціонуючої» (Бодрійяр) реальності. Дані телеігри мають загальну ідеологічну спрямованість, їхня особливість проступає лише в різних формах організації, а також в орієнтаціях на різні форми діяльності, що покривають різні соціальні та психологічні характеристики — інтелектуальні, почуттєві, морально-вольові, емотивні, соціокультурні, професійні, вікові.

### «ЗА СКЛОМ»

Росія (25%). Приз — квартира. Аналог всесвітньовідомої гри «Великий брат» (Голландія), «Лофт-сторі» (Франція, 40% глядачів) та ін. Демонструє кімнатний драматизм особистих відносин молодих людей від 20 до 25 років.

### *Ідеологія гри:*

Маніпулювання поведінкою молодих учасників таким чином, щоб, з одного боку, підтвердити їхню орієнтацію на прагматичний індивідуалізм — те саме що тваринний тип, антисоціальну агресивність, твердість, хитрість, аморальність, розкріпачену відкритість, гнучкість характеру, що вміє адаптуватися до будь-якої обставини і знайти в ній свою вигоду й ін. З іншого боку, гра (як

доводить доля героїв передач «після слави») заслуги в досягненні популярності й успіху приписує не учасникам шоу, не їхнім особистим якостям, а власній ролі. Саме камера виявляється тією реальною силою, що має можливість наблизити до слави, багатства, до розкриття своєї значущості й талантів, а може, навпаки, скинути, повернути до злободенного життя. Може бути турботливою — «і годувати, і напувати, відкривати нові соціальні й особисті обрії» — а може кинути на сваволю й приниження, виявити повну байдужність. Камера підспудно виступає у виді безликої долі, року, випадку, чарівної палички. У будь-якому випадку — організатори не визнають своєї відповідальності за долю героїв гри, тому що останні прийшли добровільно, але усунення їх «за скло» не означає відсутності «скла» у житті учасників, а виходить, не виключає штучності й наперед заданості відомої системи цінностей, що впливає з виразно негативних умов-іспитів. На те гра і постає соціальним телевізійним експериментом. А відмінність гри від експерименту полягає в тому, як розкриває природу гри Хейзинга, що її (гри) зміст полягає у ній самій, тому що кінцеві цілі, яким вона служить, виходять за сферу безпосереднього матеріального інтересу або індивідуального задоволення насущних потреб. Отже, апологія самостійності й незалежності учасників є святенництвом і провокацією, але в більш глибокому вимірі — є ширмою для проведення ідей неодарвінізму і біхевіоризму.

Передача подається як така, що розкріпає від пострадянських догм. Символічно розміщення учасників у приміщенні готелю «Росія», вікна якого виходять на Васильєвський спуск і на Кремль. Це — «язик» священним символам, що цілком відповідає моделюванню програмою людини, у якій немає особистого життя, немає минулого і немає майбутнього, в якій залишаються лише мінливі кімнатні пристрасті та турботи.

Передача передає послання, що показані відносини суть реальні відносини; що через нестаток до пристрастей і матеріальних благ (у даному випадку квартири) нужденні, невлаштовані молоді люди можуть «піти на все». Що заради популярності вони здатні зробити себе «прозорими» і що успіх сполучений з мірою виживання, вигнанням інших, бо для перемоги повинні залишитися двоє. А раз такі конкурентні відносини реальні, «відбивають модель сучасної дійсності» (К. Ернст), то й у почуттєвому переживанні їм не повинно бути незатишно і що такого роду відверте поводження і настрої є зразком для будь-якої людини.

Гра ставить в умови замкненого простору людину, позбавлену розумного цілепокладання, демонструє вимученість позбавлених змісту відносин, їхнє розкладання і спотвореність: ситуація байдкування провокує учасників на чуттєво-не-предметне, дріб'язкове, склочне дозвілля. Камера не тільки переборює границі культурних табу (показуючи людей у моменти їхніх інтимних проявів, їх «для себе»), ініціюючи безсоромність, але забирає взагалі їх «наодинці із собою» (і почуття, і думки). Такий стан тотальної відкритості є штучним, отже, зрежисованим, оскільки в реальному житті людина має таку «заборонну границю, куди не можна» (як співає група «Любе»), «місце», де вона може залишитися із собою наодинці, бути невидимою для інших.

Усебічне споглядання й озвучування життя учасників є не просто передумовою успішного спостереження, скільки взагалі вводить спостереження за чужим життям «без меж» у норму соціальних відносин, тим самим підспудно закріплюючи піддослідний, залежний статус учасників. Віднімаючи, як у таких, їхній розум і сумління, сама гра привласнює розум і сумління собі по праву підлягаючої.

У той же час, псуючи повноту відносин учасників обмеженим випинанням лише низинних рис їхніх проявів і режисированням таких як скандальність, жорстокість, малодушність, лицемірство, обману тощо, але залишаючи в тіні інші аспекти та властивості їхніх характерів, «Скло» одночасно показує, що такі вироджені, негативні, антисоціальні, без границь культури відносини можуть бути продуктивними й успішними.

Разом з тим, Гра сприяє створенню в учасників іміджу невдах, їхня усвідомлена угода на підслідність буде зганыблена, в остаточному підсумку, їх назвуть «тваринками під склом».

Гра відкриває можливість для глядачів посміятися над «ледарями» і «дебілами», щоб побачити себе в більш вигідному світлі.

З іншого боку, гра, заохочуючи підсміювання, витончено-знущальним чином звертає його на самого глядача, тому що вона для нього створює цей телепродукт, саме його голосом обирається переможець гри. (Глядач вибирає того, кого він «вартує», а сам склад вибору і його необхідність не обговорюється, а приймається як даність.)

*Таким чином*, вироджене соціальне подається на рівні функціонування знеособленого індивіда як провідника «системи цінностей» гри (необіхевіоризм): в умовах, що виключають розумне поведження, сутнісна потреба людини у творчих здібностях, насназі, єдності з іншими мінливим чином трансформується в потребу простого стимулювання, що активізує в індивіда потяги, рефлексії його психофізіології, коли сам індивідуум, як особистість, залишається пасивним об'єктом. З іншого боку, закріплення пасивного чуттєво-споживчого типу поведження супроводжується формуванням свідомого і прийнятного відношення до ієрархічної асиметрії соціальної організації та неминує підпорядкування їй. Гра, як світовий проект, демонструє здатність у всесвітньому масштабі моделювати антиісторичні й антисоціальні історії, створювати анонімних і «прозорих» агентів у тій мірі, в якій сучасна суспільна свідомість позбавляє себе своїх сутнісно-атрибутивних вимірів.

### *Особливості масової свідомості:*

Учасники гри моделюють відношення до людини як зайвої, яку необхідно відкинути, вигнати, позбавити соціальних зв'язків відповідно до рішення колективної ради за її неефективне, невдачливе, неадекватне ситуативному колективному й індивідуальному інтересам поведження.

Учасники показують себе у своїх природних відправленнях — їдять, сплять, вступають в інтимні відносини, миються, «чешуть потилицю», «перуть шкарпетки» тощо перед камерою.

Найчастіше свідоме розігрування інтриг (у тому числі романтичних), скандалів і оголень для підвищення рейтингу, спрямованість якого побічно «підказують» улаштовувачі гри.

Глядачам їхні повсякденні розмови нудні, вони чекають, за словами письменниці А. Малишевої, коли пари зйдуться. З іншого боку, такі пари і не подобаються їм, згідно даним рейтингів.

Учасники виявляють риси соціальної і психологічної напруженості, тож психологи й соціологи виражають побоювання щодо їхнього психічного здоров'я та норми соціального поведження. Гра викликає стресові стани, що дають про себе знати в гіпертрофованих реакціях учасників на зовнішні подразники. Загострюється дратівливість, істеричність, росте взаємне невдоволення, причепливість, необґрунтовані претензії, що з'ясовуються або бурхли-

во (сварки, лемент), або відзначаються неприродним обтяжливим мовчанням (оплачувати їхнє лікування — питання — відкрите).

Глядачі демонструють масове і живе (емотивне) залучення в життя героїв: дивляться і голосують, а також переносять телевізійні «пристрасті» у міжособистісне спілкування, створюють віртуальні «групи підтримки» своїх симпатій і відповідно, як співучасники гри, плетуть сценарну інтригу, впливаючи на зміст і результат «міжвидової» конкуренції. Віртуальні пристрасті викликають більшу увагу серед глядачів, створюють суспільний ажіотаж більше, ніж трагічні події, що відбуваються в реальному світі.

Мотив учасників шоу: потусоватися, авантюризм, грошей заробити, розібратися в собі. Їм до 25 років. Вони вже мають спеціальність, але в основному професійно не затребувані, працюють і підробляють не за фахом, серед них також тимчасово безробітні.

Хитливі принципи і самовизначення, життєве безладдя (показують, що вони так поводяться, бо в соціальному плані невдачливі), відношення до учасників як до другосортних, оскільки для таких нормально прогинатися, поводитися шкодливо й по-тваринному безсоромно.

*Таким чином* гра виявляє і затверджує атрибутивну регресію людського і винищування його соціальних модусів. Глядачі й учасники масово демонструють схильність до ідеологічних маніпуляцій. Затверджують ірраціональні підстави критеріїв відносин: відмовлення від колективних стратегій поведінки робить їх заручниками власного убування (самі ставлять себе в положення «жертви»), тому інтрига зосереджена навколо того, як не зробити себе зайвим, як іншим підіграти, щоб скоріше вибули вони. Критерій вибору доволіно суб'єктивний і сам несе в собі маніпулювання психологією і соціальною лідерністю людей. Показники соціальної конфліктності та психічної невірноваженості є найважливішим свідченням спростування біхевіористської ідеології гри, вказують на реакцію проти деструктивності, аморальності й асоціальності. У тому числі, виявляється розбіжність моральних поглядів у масовій свідомості — консервативність ідеї моралі не погодиться з «прогресивністю» реальних вимог до себе і навколишньої реальності (= є співучасниками негативних, скандальних проєктів і в той же час морально (благочестиво) засуджують розв'язку, навмисну «відкритість» і підступність. Додання крайважливості віртуальній реальності перед Реальністю говорить про втрату масовою свідомістю історичних і теоретичних координат, втрати нею принципів власної суб'єктності і почуття соціальної відповідальності, у той же час воно виявляє свою «суб'єктність» у світі ірреальному, в якому «відшкодовується» почуття власної причетності й задовольняються (віртуально) колективні й індивідуальні пристрасті, інтереси людини.

### **«ОСТАННІЙ ГЕРОЙ»**

Аналогічні формати виходять приблизно в 50 країнах світу, наприклад «Виживання» (США), серійна передача «Експедиція «Робінзон» (Швеція) тощо, скрізь з величезним успіхом. Формат винайдений у Скандинавії. Для участі в другій частині проєкту «Останнього Героя» (Росія, ОРТ) були прислані 55 тисяч заявок з Росії, зарубіжжя (1/5 усіх заявок) — від Узбекистану до Фінляндії, приз 3 млн. карбованців і додаткові заохочення.

#### *Ідеологія гри:*

Командна гра з природними умовами існування (у якій учасники поміщені штучно), але з особистими достоїнствами вмілого лавірування між колективною необхідністю й особистою користю, іспит на міцність людини в подо-

ланні труднощів і досягненні індивідуальної мети, при якому взаємна довіра виключається.

Гра прагне штучно відтворити архаїзовані соціальні відносини, пропонує введення племінних союзів з тотемними назвами (тварин) і життя на тлі дикої природи в умовах конкурентної боротьби за виживання, при якій перемогу бере найсильніший. Розкриває фарсовий характер відносин героїв.

Гра показує що, незважаючи на те, що її учасники різного віку, вони мають серйозні захоплення і відбулися в професійній справі, що усі вони «пристойні громадяни». Незважаючи на все це, вони мають різного роду незадоволеність і готові за її реалізацію в грі терпіти крайні нестатки і пройти принизливі для свого достоїнства випробування.

Гра маніпулює привабливою зовнішністю, увагою з боку громадськості, іменами її відомих і авторитетних представників (включаючи політиків), щоб провести ідею, що в такий спосіб поведуться навіть дуже симпатичні, порядні й успішні громадяни, а тому не може бути сумнівів у моральній стороні справи і її соціальному навантаженні.

Використовуючи технічні й операторські прийоми, гра сприяє виникненню відчуття прикрашення і додає наліт романтизму подіям, що відбуваються. Сам вибір місця гри припускав, за задумами організаторів, реалізацію мрії людини в пригоді, що містить в собі обов'язкове перебування в екзотичному, невідомому далекому краї.

Гра однозначно демонструє, що в екстремальних умовах виживання в гравців просинається соціальна агресія й особиста ворожість, підлість і нечесність.

Гра експлуатує і перевіряє інстинкт самозбереження і силу людської спокуси, пропонує учасникам за 5 доларів на вибір сірник, банку пива і шубу. (Жінки вибирають останнє, але це «витратний», ірраціональний вибір на острові, тим більше тропічному.)

Гра також є різновидом підглядання, метою якого, в остаточному підсумку, служить не простежування сюжетної мети, не власні якості учасників, скільки процес і спосіб здійснення соціальних відносин, їхня динаміка. Тому гра намагається покрити перегляданням усі сторони життя людини, включаючи інтимно-особисті.

Гра вселяє соціальний оптимізм переможцеві не тільки його захопленням, але й перспективою його можливої вигідної затребуваності після гри (амер. — «Виживання»).

*Таким чином* гра наряджає в казково привабливі й соціально схвальні форми ідеї асоціального, індивідуально-прагматичного поведіння, настроює і спокушає на непродуктивні, «витратні», штучні стратегії поведінки, що відповідають гедоністично-розбещеній, споживацькій природі їхніх потреб і маргінальному соціальному положенню.

*Особливості масової свідомості:*

Заради перемоги учасники застосовують інтриги і не зупиняються перед підлістю.

Хто не витримує стресу, того відраховують (колективним голосуванням): учасники відчувають страх і сором від вибування з гри.

Вітається твердість, емоційна холодність, прагматичність, корисна вмільість, стійкість, кмітливність і в той же час прояв дріб'язковості, вузької корисності, ошадливості, лицемірства.



Відповідно, жертвами такої двоїстої моралі стають люди емоційні, чуйні, відкриті спілкуванню й довірі, люди шляхетні, які мають принципи, чесні та наївні, сильні, розумні, яскраві й оригінальні.

Глядач, звідси, відзначає, що до такої тактики прибігають, скоріше, середнячки, що побоюються конкуренції.

Учасники, що знімаються, позують перед камерами, виявляють зацікавленість у публічному позитивному іміджі, демонструючи як свою залежність від глядача (несамодостатність), так і свою ворожість (застережність) до нього, тобто демонструють об'єктний характер відносин. Глядач зауважує штучність і награність у поведженні учасників.

Мотиваційне самовизначення учасників обумовлюють такі орієнтації як: можливість бути «головним добувачем», можливість реалізувати мрію зніматися в кіно (подобатися), на виграні гроші: купити квартиру; відкрити шейпінг-клуб; відправити онука учитися за рубіж; побудувати батькам «великий красивий будинок» і відправити їх у відпустку «на тепле море, на великому білому теплоході...»; купити дочці комп'ютер, відправити маму в туристичну поїздку за кордон; побудувати батькам будинок з великим гаражем, «щоб брат зміг відкрити там автосервіс», поступити в Академію; реалізувати потребу в дії і спілкуванні; випробувати свою здатність бути гарним вождем; постаратися бути привабливим у грі, щоб потішити гордість (марнославство, самолюбство) дружини.

*Таким чином* демонструється приватний характер потреби у визнанні та повазі. Обмеженість життєвих орієнтацій приватною сферою актуалізує, відповідно, прагматичні й гедоністичні орієнтації — задоволення потреб повсякденного життя. Гра виявляє нормативну нестійкість, гнучкість, рохлість масової свідомості, такий її стан за негативних умов спонукає до утвердження негативної етики у стосунках, спотворює соціальні ініціативи, перетворюючи їх в підступні, знеособленого характеру соціальні маніпуляції. Атмосфера аморальності сприяє подальшому збайдужінню та дратівливості щодо позитивно соціальних дій та якостей.

#### «ІМПЕРІЯ ПРИСТРАСТІ»

Телегра, Росія (1997), НТВ

*Ідеологія гри:*

Заради зовнішнього стимулювання, гра націлює на подолання сорому, інтимної цнотливості, вульгаризацію почуттєвої пристрасті, виставленої напоказ.

Гра сприяє упровадженню хамства як вульгарного і цинічного стилю світського спілкування й поведження.

Задає установку на бордельність і ринковість міжособистісних відносин як привселюдно прийнятних.

Сприяє розкріпаченню внутрішнього життя для зняття моральних перешкод культурно недозволеного і приховуваного.

Прищеплювання норми у тотальній відкритості запроваджує феноменологічну корупційну логіку: раз є глядацький попит, значить і вони теж «напевно, неправильні і їм теж цікаво роздягнути дівчину» (М. Фоменко).

Роздягання постулюється як «пародія, іронія, знущання, дзеркало» (М. Фоменко).

Гра «викриває» й затверджує, що «секс є». Заохоче розбещеність та хтивість.

*Особливості масової свідомості:*

Основний рефрен 1997 р. — «край вульгарності і розпусти», «Як вони можуть?» Штучна інсценівка власної відкритості для досягнення весняної мети.

Публічність як можливість показу своєї розкутості, сміливості, «прийняття виклику», задоволення нарцисизму і твердження довільного свавілля.

*Таким чином*, відбувається послідовне і повне редукування соціального із свідомості. В кінцевому підсумку, редукована свідомість через її мінливе винищення приходить до утвердження неминучої природності чуттєвого. Соціальне ж тут зводиться до споглядального моменту, якого у тварини немає.

### «ГОЛОД»

Мета гри — заробити довічну, \$1000 на місяць, зарплату. (За винятком витраченого на їжу в гри.) Вік — від 18 до 40. ТНТ. (Власний ТБ продукт і ідея.)

### *Ідеологія гри:*

Постулюється, що для гри вибирають людей сильних і яскравих, а не невдах. «Голота на вигадку хитра. А нам адже не зникати голодувати», — на чому наголошує продюсер проекту М. Шайкевич.

Розпорядження учасником як власністю: перевірка багажу, визначення його складу, скритність правил поведінки як умова гри.

Стимулювання і мобілізація якостей, необхідних для виживання: спритності, хитрості, заповзятливості, талановитості тощо.

Регламентація аморальної свободи дій в екстремальній ситуації: видобуток їжі будь-яким способом. Не знаючи законів і правил, учасники гри мимоволі потрапляли в кримінал.

Іспит шоком від несподіваного попадання в чужі умови, на поведження у стані занедбаності, невідомості, дезорієнтації, беззахисності, що супроводжуються емоційною напругою, нервовими зривами, дратує, викликає агресивність, злостивість, образу та підтримання саме таких негативних почуттів.

Перевірка механізмів адаптації та захисту, ступеню порога психологічної стійкості й стресового навантаження в напруженій ситуації.

Постулюється успішна адаптація і виживання за будь-яких чужих і далеких умов при реалізації індивідуально-прагматичного поведження.

Перевірка на міцність і гуманний характер відносин, тобто на з'ясування моральних модусів масової свідомості: чи буде індивідуальність піклуватися про себе, або думати передусім про інших, чи буде вона покладатися лише на себе, або довіряти іншим.

### *Особливості свідомості:*

Двоєдушність, неширність, лукавство — доля учасників залежить не від них. Вибування з гри подається як рятування від напруги і соціальне виховання. Разом з тим, серед учасників спостерігаються стан апатії, бездіяльність, лінощі, які викликані стресами, роздратуванням тощо [30].

Активні учасники проявляють малодушність і лицемірство у конкурентному змаганні, боягузтво і безпринципність, примхливість і підлість. Вони плетуть інтриги і потаємно змовляються, хитрують і ошукують. Намагаються знайти підхід до всіх інших учасників та, головне, сподобатися глядачам.

Голосування здебільшого відбувається як розігрування двобоїв з тими, хто несимпатичний і, навпаки, завзято відстоюються ті, кого підтримували.

Іноземці побоюються асоціальності голодних росіян, а організатори — що чужинці будуть їх жаліти — годувати, давати подарунки, улаштовувати на роботу тощо [31].

*Таким чином* відбувається трансформація свідомості по принципам негативних категорій моралі: лицемірства, малодушності, безпринципності тощо. Вдаючись до маніпулювань на рівні інтерсуб'єктивному, учасники гри, у кін-

цевому підсумку, тим самим демонструють свою готовність до сприйняття ідеологічного маніпулювання. В феноменологічному відношенні масова свідомість доводить своє абсолютне споживання людини, як її достоїнств, так і недоліків, а це сповіщає про ситуацію повної негачії людського у людині. Відношення до іншої людини визначається відношенням до неї як до «одушевленого» предмету. Випробовування невизначеністю також здійснюється як зондаж поведження етносів у цій ситуації.

#### «ВЕЛИКЕ ПРАННЯ»

*Ідеологія гри і особливість масової свідомості:*

Інтрига в тім, що будь-яка людина, будь-якого положення і популярності може бути піддана обговоренню-пранню.

Прирівнювання «летючих» тем темам суспільно значущим, доведення всього до одного рівня важливості й змісту, здебільшого «брудного» та «ажіотажного». Потакання (обслуговування) масовому замовленню на мінливе, популярно-цікаве, пікантне, тобто на те, що «Весело і смачно» (внутрішній девіз програми).

Виходить стирання розходжень, демонструється нерозрізненість як соціального, так і особистого (їх абстрактна, «усереднена», принижена загалом).

Масова свідомість виявляє свої постмодерністські риси: редукування історичних координат, рядопокладеність, уривчастість, фрагментарність тематики «дискурсу» прання.

#### «ФАКТОР СТРАХУ»

(2001 р. США, канал NBC, займає ведучі місця в американських телевізійних рейтингах. Це шоу назвали пасткою для людських фобій.)

*Ідеологія гри та особливості масової свідомості:*

Вивільнення від природних і культурних захисних механізмів, представлених не в якості «доброякісних», що охороняють життєво важливі інтереси людини, але навпаки — як «зайвий баласт», як «злоякісні», такі, що закріпачують вільне вираження індивідуума.

Пряме перекидання понять: культурне й історичне надбання підмінюється його ідеологічною інтерпретацією — негативною культурною натуралізацією.

Гра таким «осудливим» властивостям як страх, обридливість, забобони задає заохочувальний вектор. Вона є рятуванням від того, що «боюся», «неприємно», «не могу виносити».

Масова свідомість відмічає тріумф раціональної функціональності над ірраціональністю й екстремальністю обставин, демонструє садистські й мазохистські схильності.

*Таким чином* масова свідомість знаходить своє розважання в простих стимулах. Намагання загострити їх ще більше, лише виявляє ступінь змертвіння, машинного збайдужіння індивідуальності інформаційної доби.

Отже, дослідження колізій мотиваційної самовизначеності людини через зріз віртуальних ігрових практик дає підстави вважати їх різновидом соціального інжинірингу, адекватного системі світової організації праці. Особливість гри проступає в її ірреально-реальному характері, адже, відтворюючи соціальні практики людей, гра, сама по собі, стає ідеологізованою самостійною соціальною практикою, такою площадкою, де «тут і зараз» вироблюється і корегується нормативна система смислових переваг.

Аналіз специфічних проявів суспільної свідомості й ідеології ігор доводить їх негативний, атрибутивно-репресований з винищенням соціальних модусів характер. В етичному плані такі людські здібності як талант, майстерність, вміння, цікавість, наполегливість, ширість, товариськість трансформуються по принципах негативних категорій: за логікою соціального виключення — талант розмінюється в майстерність ошуканства, артистично-витончене, егоїстичне соціальне маніпулювання, в удавання і малодушність, заздрість і підлість, лицемірство й безпринципність. Таким чином, репресована та зведена до біологічного рівня чуттєвість некритично самовизначається за зовнішніми параметрами буття, демонструючи біхевіористський стиль поведінки. З іншого боку, гра націлена на агресивно-активну й індивідуалізовану поведінку. Така подвійність індивідуалізму у формі конформізму стає зрозумілою, виходячи із соціальних вимог, що їх висувають ідеологи неолібералізму, зокрема Дж. Сорос. Визначаючи безумовну доцільність збереження світової капіталістичної системи, він застерігає про необхідність контролю над безумом ринкового фундаменталізму, який менш за все є суспільно зорієнтованим, тому перетворює безпринципність, егоїзм та жадобу у моральний принцип.

Отже, з боку ідеології чітко вирізняється лінія скерованого процесу спостереження та домінування, побудови відносин за принципом соціальної асиметричної ієрархії. Тут буде той, хто спостерігає, і той, за ким спостерігають; експериментатор і піддослідний; «Голос» (гра «Голод») й той, хто прислухається до нього; «Маестро» (гра «Природний добір») і той, хто в нього вчиться, і яким він диригує. Гра направлена на виробництво поміркованого індивідуалізму, границями якого, таким чином, постають конформізм і посередність. Така стратегія реалізується за допомогою, зокрема, створення подвійного образу учасників з боку масової свідомості й самих учасників. Масовій свідомості учасників гри представляють в якості одночасно «невдах», «тупих», «лінивих» і, навпаки, «розвинутих», «сильних», «яскравих». Розгубленість масової свідомості перед розрізненням нормативних критеріїв перекладає на ідеологів роль суб'єкта спірних рішень.

В аспекті приниження, зверхності у ставленні до учасників ігор формується в масовій свідомості конформістське замилювання собою. В аспекті ефектів вправної успішної поведінки, масова свідомість отримує взірць і міру аморальної активності.

Іншим кодом ідеології виступає програма соціального неодарвінізму. Її спрямованість знаходить свою основу у суспільній асиметрії та особливості інформаційної доби, яка консервує соціальні границі й абсолютизує розрив соціальної нерівності. Самодостатній механізм самовідтворення еліти зумовлює неодарвіністське ставлення до інших, яке керується оберненою логікою — штучно зредуковане соціальне постає тут межею «природного» соціального росту. Так в світовому масштабі запускається механізм соціального самознищення. Негативність цієї практики саме і відтворюють негативні світові реаліті-шоу.

З боку масової свідомості спостерігається існування подвійної і приватної моралі. Слабкі викликають презирство, проте нахабність, повна безцеремонність звільняє від культурних табу, заворожує своєю безмежністю, а проте й лякає. Основу такого «демонізму» становить відчуження і страх, він скеровує масову поведінку, своєрідно прихильну до нього, у бік росту агресивності, ворожнечі й заздрості.

В цілому, гра несе міфологічне, позаісторичне деструктивне соціальне навантаження. Нівелювання розрізнення суспільного та індивідуального, біологізація соціальних норм засвідчує про феноменологічну аморальність і деградацію. Звернення соціально-ігрових практик до минулих сторінок історії (родоплемінних відносин, чи доби колоній в Америці тощо) з точки зору їх некритичного відтворення, руйнує «лінійність» історії — коли заперечення як позитивний момент у сходження суспільного до більш розвиненої міри своїх сутнісних сил перетворюється тут на її абсолютизацію, а так вся історія віртуально постає нерозрізненим «одним й тим самим», що може свідчити: по-перше, про кінець сходження, а по-друге, про кінець «історії», оскільки суспільна свідомість постає без свідомості, без волі, без діяльної самотворчості.

«Процес суб'єктивації основи історії при одночасному самовинищенні ідеальної атрибутивності людини» (М. Шкепу) призводить до герметизації нерозрізненої реальності. Сама реальність стає ареною дії і маніпуляції вільної суб'єктивованої волі та свідомості, так що, з одного боку, реальність постає єдиною (священною) істиною такого життя, отже ірреальністю. З іншого боку, ця реальність лише немовби фікція, спекуляція очікувань і стратегій суб'єктивної волі. Так історія, при нехтуванні об'єктивних закономірностей суспільного розвитку та фундаментального теоретичного знання, формує царство міфологізованої дійсності та свідомості.