

УДК 007:304:001

Еліна Циховська



«КОМПЛЕКС АНДРОГІНА» В РЕАЛІТІ-ШОУ «ХОЛОСТЯК»

У статті прослідковується функціонування двох основних принципів стосунків між чоловіком і жінкою на матеріалі реаліті-шоу «Холостяк». Перший підхід, в основі якого лежать християнські канони, автор умовно називає «комплексом Адама», натомість другий підхід — міфологічно-язичницький, що бере походження від платонівського діалогу «Бенкет», вводить як «комплекс андрогіна».

Ключові слова: реаліті-шоу, телепроект, гра, образ, синдром Попелюшки, маніпуляція, агон, «комплекс Адама», «комплекс андрогіна», християнський підхід, міфологічно-язичницький підхід.

В статье прослеживается функционирование двух основных принципов взаимоотношений между мужчиной и женщиной на материале реалити-шоу «Холостяк». Первый подход, в основе которого лежат христианские каноны, автор условно называет «комплексом Адама», а второй подход — мифологически-языческий, происходящий от платоновского диалога «Пир», вводится как «комплекс андрогина».

Ключевые слова: реалити-шоу, телепроект, игра, образ, синдром Золушки, маніпуляція, агон, «комплекс Адама», «комплекс андрогіна», християнський підхід, міфологічно-язичницький підхід.

The article deals with the functioning of two basic principles of relationship between a male and female based on the reality show «The Bachelor.» The first approach, the basic of what Christian canons makes out, the author conditionally names «Adam's complex». In its turn the second approach — mythological and pagan — takes origin from Plato's dialogue «Feast» and is introduced as «androgyn's complex».

Key words: reality show, TV project, game, image, Cinderella's syndrome, manipulation, agon, «Adam's complex», «androgyn's complex», Christian approach, mythological and pagan approach.

Останнім часом зацікавлення феноменом реаліті-шоу спричинило появу чисельних фундаментальних робіт зі цього тележурналістського жанру, серед яких розглядалися такі аспекти, як реаліті-шоу

в соціокультурному просторі масової культури авторства С. Жукова, реаліті-шоу на сучасному російському телебаченні Є. Гуцала, реаліті-шоу в контексті сучасного телебачення С. Уразової, спілкування в малій соціальній групі Н. Щитової тощо. Проте аналіз синдромів, комплексів, зокрема «комплексу андрогіна», не був у центрі розвідок дослідників, що й сприяло появі цієї статті.

Сегмент розважального телебачення найбільш популярний на сьогодні через розчарованість у політичних режимах, частотність економічних криз, як локальних, так і світових, які виснажують настільки, що людина в «суспільстві вистави» (Гі Дебор) прагне знайти свій потенціал, випробувати себе в іншому амплуа, а не продовжувати бути маріонеткою в межах обставин. Продукт масмедійного простору — жанр реального шоу («живого шоу»), або реаліті-шоу є на сьогодні чи не найперспективнішим телевізійним жанром, моделюючи в собі різні елементи гри в реальність: гри-талану, гри-змагання, гри-симуляції, гри-розіграшу [6]. Балансуючи на маргінесі між категоріями «низькими» і «високими» в протиріччі характеристик як треш-телебачення або як сучасний варіант народної сміхової культури, за М. Бахтіним¹, реаліті-шоу паразитують на людських бажаннях, первісних інстинктах та мріях.

На відміну від реаліті-шоу «Зважені та щасливі», «Дом-2», «Міняю жінку» тощо, що відповідають визначенню реаліті-шоу як «шоу *життєвого світу*» (Г. Гуссерль), повсякденності, яка масштабується, препарується, проявляється, як у мистецтві фотореалізму, укрупнена, трансформована за допомогою об'єктива» [13], романтичні реаліті-шоу, зокрема, проект «Холостяк» не зовсім відповідає вищенаведеним рисам, оскільки робить ставку не на фіксації потворностей повсякденності, а на створенні альтернативної реальності, хоча загалом будь-яке реаліті-шоу і є віртуальна реальність.

Такі живі шоу, як «Весілля за 48 годин», «Хочу заміж», «Зніміть це негайно», «Фабрика краси», «Метаморфози», «Царевна-лебедь», «Свидание вслепую», «Давай поженимся!», за визначенням Е. Шестакової, «актуалізує повноту приватного, навіть інтимного життя людини, яка вирішила змінити свою психіку, світовідчуття, тілесність,

¹ див. Glynn K. *Tabloid Culture: Trash Taste, popular power and the transformation of American TV*. Duke Univ.Press, 2000; Зверева В. Реальность «Дома-2» / В. Зверева // Искусство кино. — 2007. — № 2.

здобути щастя, стабільність в особистому житті. Головними героями подібного роду реаліті-шоу є Я, Любов, Віра, Терпіння і Терплячість, Такт, Чоловік, Жінка, Родина, Традиція» [13].

Романтичне реаліті-шоу засновано більшою мірою на виробництві казковості, через що за ними закріпився певний сегмент аудиторії, а саме: романтичним реаліті-шоу віддає перевагу фемінна стать, яка, до речі, відзначає увагою й ток-шоу. Останні конститууються «фемінним» дискурсом, оскільки сфокусовані переважно на сексуальності та сімейних стосунках, почуттях, сповіді та особистому довіді [3, 83].

Проект телеканалу СТБ «Холостяк», будучи українською версією американського шоу «The Bachelor», дебют якого відбувся в 2002 році, живить синдром Попелюшки. Він культивує традиційні мрії кожної дівчини про лотерею з джекпотом ціною в Принца. Стереотип Принца, або його аналог в умовах сучасного суспільства — відома особа / зірка таблоїдів, приваблює жіночу половину населення в проекті «Холостяк» тим, що кожна є потенційною Попелюшкою, на яку протягом ряду ефірів Принц приміряє чобіток в різних ситуаціях, влаштованих продюсерською групою проекту. У побудові реаліті-шоу використовуються типові риси ідеалістичного античного роману, який включає випробування, що постають перед закоханими на шляху до щастя, і, власне кажучи, обов'язковий хеппі-енд.

Створення образу на продаж, а «імітація реального “за склом” представляє собою лише систему знаків, що є товаром» [7, 476] здійснюється за рахунок залучення засад драматургійного мистецтва, пропаганди набору так званих «вічних цінностей», навичок іміджмейкерів і звичайно психологічної бази. «Сучасне тіло — або предмет інформаційно-біотехнічного розшифрування і трансформації, або предмет торгівлі та знаряддя професійної кар'єри...» [16, 12]. І холостяк — головна ставка в цій грі — представляє собою тіло на продаж, яке за допомогою маніпуляцій вправних спеціалістів стає засобом здобуття рейтингу для телешоу.

Маркетингові маніпуляції зі створення іміджу «головного холостяка країни», як його найчастіш рекламують, спричиняють одне з головних властивостей реаліті жанру — його двоскладність «яке дає змогу шоу, що відзнято в цьому телевізійному жанрі, не лише відбивати реальність, але й самим провокувати певні зміни в реальності:

залежати від соціуму, але й впливати на нього» [4, 10]. Особистість холостяка стає не тільки відображенням і втіленням епохальних аксіологічних цінностей, але й еталоном сучасного чоловіка.

Причини і мета, за яких більшість учасниць шоу приходять здобувати кохання холостяка, не завжди зумовлені синдромом Попелюшки, бажанням знайти своє кохання чи вийти заміж, але з перебігом подій вони, частіше за все, підпадають під вплив маніпулятивних технологій телебачення, стають мимовільними жертвами піар-ходів сценаристів телешоу, і справді закохуються в головного героя, оскільки тут спрацьовують ряд певних чинників:

1) дух гри, принцип змагання за одного чоловіка. З цього приводу Ж. Бодрійяр в «Фатальних стратегіях» пише: «Усі ми гравці. Себто найдужче ми прагнемо періодичного руйнування раціональних послідовностей [...], і бодай на короткий час запровадження іншого, небувалого устрою, грандіозної ескалації подій, надзвичайного [...] наступництва найменших деталей, коли враження таке, наче речі [...] зненацька виявляються не підпорядковані випадковій, а спонтанно зближуються і конкурують [...]. Це нам подобається. Це справжні наші події...» [2, 154];

2) обмежений комунікаційний простір: зазвичай під час зйомок проекту учасники живуть у певному штучному середовищі без фізичних контактів зі звичним своїм контингентом;

3) «масовидні явища», які зумовлені схожістю психічних станів, настроїв у межах однієї групи. Одна ідея, а в цій ситуації — мета заражає групу людей, замкнених в одному місці;

4) ідеалізація об'єкта агону (змагань) через: подачу образу головного героя з найкращих фізичних і моральних ракурсів; уніфікація всіх якостей і кількостей в одному образі чоловіка, якого учасниці бачуть щодня. У романі Б. Елтона «Смерть за склом» продюсер шоу Джеральдіна Хеннесі так відгукується про нього: «Це, по суті, ілюзія, як усе телебачення. Як кіно. Передача створюється у монтажний спосіб. [...] Ми робимо телешоу. Люди в житті, як правило, нудні. Ми наділяємо їх цікавими рисами» [15, 48];

5) підбір творцями проекту винятково романтичних ситуацій і місць для героїв, вибір яких поставлений форматом реаліті-шоу, визначаючись горизонтом очікування поставленої тематики. Роль події як такої в шоу влучно демонструє думка Ж. Бодрійяра: «Раніше при-

значення події заключалося в тому, щоб відбутися, сьогодні — в тому, щоб бути відтвореною» [1, 62].

Сучасна людина характеризується пошуком пари за допомогою масових комунікацій, зокрема, на телебаченні та в Інтернет-мережі. Романтичні реаліті-шоу мають справу з одвічною проблемою людини — її пошуки цілісності як віднаходження себе в Іншому. На цьому нам би хотілось зупинитися більш детально.

На початку ХХ століття людина позиціонується своєю «нецілісністю», змальована у філософії та літературі в пошуках себе й прагненні досягти досконалості, зокрема, про притаманне порубіжній свідомості відчуття самотності зазначав Ж. Кассу [5, 74]. Усвідомлення самотності, недосконалості культивувалося наближенням до ідеї андрогінності: «Проблема статі на початку ХХ ст., спричинена прагненням людини до цілісності, проходить стадії від суто фізіологічної, “примітивної” цілісності, що досягається в реальному земному житті статі; згодом через метафізичне обґрунтування чоловічого і жіночого начала в людині, [...] “розумне” поєднання духу й плоті, яке символізує “шлюб” чоловічого й жіночого, до її розв’язання в андрогінізмі, що досягається розумом» [12, 97].

Змалювання жінки в реляції з чоловіком можна звести до двох загальних підходів до неї, по-перше, як до об’єкта завершення, фактично як до формальної ланки, якої не вистачає для вкомплектованості структури «я та інший», по-друге, як до об’єкта ідеалізації, поклоніння. Умовно їх можна назвати *християнським* та *міфологічно-язичницьким* підходом [11, 114]. Спільною рисою особистості, приналежної до християнського й міфологічно-язичницького типу, є прагнення «зруйнування “загубленості” і пов’язаного з нею екзистенційного страху» [14, 88] через пошуки кохання.

У Біблії корені християнського образу жінки походять від створення Богом Єви для Адама насамперед як супутниці, як даності, щоб той не був самотнім: «І сказав Господь Бог: недобре бути людині одній» (Буття, гл.2. ст.18). Такий підхід, на нашу думку, можна назвати «*комплексом Адама*». Герої таких творів знаходять свою пару, якій призначено замкнути коло Всесвіту, а частіше — коло звичного повсякденного буття; саме в такому разі світ постає для людини автаркічним.

До речі, так само відбувається в індійських Упанішадах, коли Брахман, відчуваючи свою самотність у прагненні Іншого, розділив

себе на дві частини — чоловічу та жіночу. З цієї думки про необхідність людської дихотомії починається педагогічний трактат «Еміль, або про виховання» Ж.-Ж. Руссо: «Не слід людині бути самотньою. Еміль — людина; ми обіцяли дати йому подругу, — і варто свого слова дотримуватись. Ім'я подруги цієї — Софія» [9, 545].

Християнський підхід до реляції «чоловік–жінка» зумовлюється тим, що чоловіка пов'язує з жінкою почуття любові, повага до дружини як помічниці, нарешті — сестри. Ця жінка реальна, земна, доступна розумінню, полегшує побут, чоловік внутрішньо прив'язаний до неї, живе *спокійним* проявом почуттів до неї. Однак її портрет характеризується «прозаїчністю» стилю, а не «поетичністю». Відсутність такої жінки означає відсутність обов'язкової ланки, через що чоловік відчуває самотність, загубленість себе як одиниці, маркування його існування недосконалістю, так само, як, за Біблією, відчував себе самотнім Адам без Єви. Відсутність кохання в стосунках перших людей Раю фіксує Е. Фромм у «Мистецтві кохати»: шойно вони усвідомили свою статеву відмінність, «вони стали чужими один одному, тому що ще не навчилися любити один одного (що доволі зрозуміло хоча б з того, що Адам виправдовував себе, звинувачуючи Єву, замість того, щоб намагатися захищати її)» [10, 24]. Отже, відсутність жінки у першому, *християнському* варіанті, формує, на наш погляд, «комплекс Адама».

Другий, міфологічно-язичницький, підхід до жінки пов'язаний з платонівським міфом про андрогінів, утілений в образі жінки як другої половини цілого, жінки-коханки, жінки-незнайомки, головною умовою до якої є кохання, пристрасть, стихійність почуттів. Це одвічна тема прагнення до досконалої істоти, якою в літературній традиції не раз ставав андрогін, відомий насамперед за діалогом «Бенкет» Платона, де відтворювався орфічний міф про андрогінів. Тому такий типаж, базований на першопочатковій андрогінності, можна назвати, на нашу думку, «комплексом андрогіна». Він заснований на коханні як прагненні до первісної цілісності, «кожен-бо з нас є символом людини, розділеної на дві камбалоподібні частини — з однієї дві. Тому кожен вічно шукає своєї половини» [8, 41]. Найхарактерніша риса такого виду кохання — це сприймання об'єкта суб'єктом як вищої досконалості в процесі закоханості в нього, його ідеалізація. Саме це відповідає основним рисам *міфологічно-язичницького* підходу. «Комплекс андрогіна» простежується в нещасному коханні, немож-

ливості бути разом, а частіше всього навіть у нез'ясованому прагненні до невідомої особи, ідеальної жінки, що існує в неусвідомленому особистому просторі героя, або у вже неіснуючому просторі його пам'яті.

З цих двох підходів учасницям романтичних реаліті-шоу України, зокрема проекту «Холостяк», на нашу думку, притаманний «комплекс андрогіна», заснований на ідеалізації об'єкта зацікавленості, закоханості в нього, оскільки учасниці підпадають під вплив так званої фабрики мрій, яким є телевиробництво, фактори якого були зазначені вище.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бодрийяр Ж.* Прозрачність Зла / Жан Бодрийяр. — М. : Добросвет, 2000. — 258 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Фатальні стратегії / Жан Бодрийяр ; [пер. з франц.]. — Л. : Кальварія, 2010. — 192 с.
3. *Гриндстафф Л.* «Реальное телевидение» и политика социального контроля / Л. Гриндстафф // Массовая культура : современные западные исследования ; [пер. с англ. ; отв. ред. и предисл. В. В. Зверевой]. — М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. — С. 76–87.
4. *Гуцал Е. А.* Реалити-шоу на современном российском телевидении : автореф. дисс. ... канд. филологических наук : спец. 10.01.10 / Гуцал Евгений Александрович. — Екатеринбург, 2008. — 18 с.
5. *Кассу Ж.* Символизм. Энциклопедия символизма / Жан Кассу. — М., 1999. — 429 с.
6. *Новикова А. А.* Игры современного телевидения как социокультурный феномен / А. А. Новикова // Обсерватория культуры : журн. — обзор. — 2008. — № 1. — С. 41–47.
7. *Новикова В. Г.* Текст реалити-шоу в тексте романа Б. Элтона «Смерть за стеклом» / В. Г. Новикова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2011. — № 6 (2). — С. 474–478.
8. *Платон.* Бенкет / Платон ; перекл. з давньогрец. і коментарі У. Головач, вступ. стаття Дж. Реале. — Л. : Вид-во Укр. Катол. Ун-ту, 2005. — 178 с.
9. *Руссо Ж. Ж.* Эмиль, или о воспитании. Избр. соч. : в 3 т. / Жан Жак Руссо ; [пер. Е. Н. Бируковой]. — М. : Худ. лит., 1961. — Т. 1. — С. 545–748.
10. *Фромм Э.* Искусство любить : Исследование природы любви / Эрих Фромм ; [пер. с англ.]. — М. : Педагогика, 1990. — 160 с.
11. *Циховська Е. Д.* «Комплекс Адама» і «дихотомія андрогіна» : два образи жінки в літературній традиції / Е. Д. Циховська // Слово і час. — 2010. — № 8. — С. 109–114.

12. *Чистова М. В.* Концепт андрогина в життєтворчестві З. Н. Гіппіус : дисс. ... канд. культурологічних наук : спец. 24.00.01 / Чистова Марія Васильевна. — Кострома, 2004. — 188 с.
13. *Шестакова Э.* Проблема реальности в реальном шоу [Электронный ресурс] / Элеонора Шестакова // Relga. — № 1 [219] 01.01.2011. — Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2822&level1=main&level2=articles>
14. *Эвола Ю.* Метафизика пола / Юлиус Эвола ; [пер. с франц.]. — М. : Беловодье, 1996. — 448 с.
15. *Элтон Б.* Смерть за стеклом / Бен Элтон ; пер. А. Соколова . — М. : Иностранка, 2008. — 447 с.
16. *Эпштейн М. Н.* Философия тела / Эпштейн Михаил Наумович // Эпштейн М. Н. Философия тела. Тульчинский Г. Л. Тело свободы. — СПб. : Алетей, 2006. — С. 9—195. — (Серия «Тела мысли»).

Одержана 13.09.2012