

Руслана Демчук

«КОМІКОКРАТІЯ» ЯК КУЛЬТУРНО-ПОЛІТИЧНА РЕАЛЬНІСТЬ

У пропонованій статті йдеться про новітній тренд світової політики, коли главами держав / парламентів держав обирають людей, афілійованих до шоу-бізнесу. Зокрема, стосовно ситуації в Україні проаналізовано роль медіаміфології, яка впливає на електоральну поведінку громадян через ЗМІ. Бажаний ефект досягається шляхом маніпуляції свідомістю, сформованою масовою культурою, яка орієнтована на дозвіллевий мейнстрім. Проте політики-шоумени здебільшого мають схильність до монополізації влади, зокрема з огляду на психологічну потребу завжди бути в центрі уваги.

Ключові слова: політика, медійна міфологія, шоу-бізнес, відеокліп, комік, сміх, свідомість, Д. Трамп, В. Зеленський.

Мы в город Изумрудный
Идем дорогой трудной...
Заветных три желания
Исполнит мудрый Гудвин...

Пісенька Еллі

з м/ф «Чарівник Смарагдового міста» (1973)

Постановка проблеми. Політичні події та пов'язані з ними проблеми, котрі останнім часом спіткали держави представницької демократії, показали, що безумовна правота т. зв. більшості будь-якого суспільства є ілюзією, навіяною передусім засобами масової інформації, які переймаються власними рейтингами, розкачуючи суспільство задля досягнення потрібного резонансу. Проте суспільний розвиток забезпечується не масою, а акумуляцією людей з більш високим рівнем свідомості, як це давно довели інтелектуали, починаючи від Платона («Держава»), але дотепер заперечують народницькі теорії та нещирі лідери псевдонародних режимів. Зокрема, Революцію гідності (2013–2014 рр.), яка завадила цивілізаційному розвороту України в бік євразійського політичного простору з перспективою поповнити клуб тандемократій, демократур та східних деспотій, влаштували пасіонарні українці, які були готові здобувати свободу та відстоювати незалежність ціною власного життя, що корелюється з історіософською концепцією А. Тойнбі, де головним рушієм цивілізаційного прогресу є кількісно незначна, але активна меншість, яка надихає соціальну систему новим життям, «розвиток цивілізацій – це справа рук творчих індивідів або творчих меншин, має своєю передумовою те, що нетворча більшість залишається позаду, аж поки

першопрохідці винайдуть засіб підтягнути ар'єргард до власних далеко висунутих уперед позицій» (Тойнбі 1995, с. 218). Проте в кожній, навіть розвинутій, цивілізації основна маса народу так і не виходить з ентропії, «перебуваючи у стані стагнації, характерному для статичних примітивних суспільств» (Тойнбі 1995, с. 219).

Тож проблема полягає в тому, як саме активній меншості підтягнути інертну більшість до усвідомлення або хоча б пристосування до цивілізаційних надбань, інакше їх буде втрачено, зокрема у справі державотворення, коли політичні практики, обумовлені політтехнологіями «малих справ» (наприклад, освітленням вулиць), долають метанаративи (що спричиняють смислове перейменування вулиць). В умовах інформаційного суспільства реальним є просвітництво мас щодо можливості справедливого світоустрою як шлях, котрий Тойнбі явно недооцінював, адже теоретизував ще за доби суспільства індустріального.

Нині дієвим у наукових теоріях демократії видається біхевіоралістський метод (що враховує електоральну поведінку) з його гіпотезою «стабілізуючої апатії», яка спирається на психоаналітичний підхід (Е. Фромм), теорії сучасної масової людини (Т. Рісман), теорію стабільності (Б. Берелсон, М. Ліпсет) (Байме 2008, с. 274–275).

Метою цієї статті є аналіз «комічних» тенденцій політичних режимів з огляду на культурний патерн. Пропонована стаття є лише постановкою проблеми «сміх і політика / політика сміху / смішна політика» на рівні рефлексивної схеми, а не спробою її розв'язання у формі гіпотези, припущення або прогнозу, адже ситуація комікократії потребує подальших спостережень та тестування глибинних процесів.

Виклад основного матеріалу. На жаль, українське суспільство дозволило собі повірити в політику неминучості (причому двічі, вперше – після розпаду СРСР, де Україна відіграла роль детонатора), що історія рухається лише в одному напрямку – до демократії та розбудови Української незалежної держави, про яку під колоніальним гнітом мріяли десятки поколінь українців. Тімоті Снайдер назвав це телеологією (Снайдер 2017, с. 137) – хибним уявленням, що час плине до певної мети, зазвичай бажаної, у чому переконував і попередній комуністичний режим, після краху якого серед тріумфаторів Заходу навіть виник міф про кінець історії (звісно, не подієвої, а ідеологічної) (Фукуяма 2007). Приставши на логіку неминучості, ми сподівалися, що революційні надбання стануть незворотними, принаймні не зазнають ревізії. Зазвичай суспільна пильність втрачається разом із історичною пам'яттю, як це демонструє невловима втрага смислів Майдану. Адже пролонгацію заявленої там зовнішньої політики не лише було призупинено внаслідок програшу команди П. Порошенка на президентських виборах 2019 р., але й її здобутки (зокрема оплачені життям і здоров'ям військових та волонтерів) дискредитуються, що засвідчує славнозвісний слоган передвиборчої кампанії Зеленського про «партію війни», підхоплений і озвучений В. Путіним на саміті Великої двадцятки у Буенос-Айресі в грудні 2018 р. (Венкіна 2018).

Вражаючими є втрати на гуманітарному рівні, адже уперше за понад три століття українці з нації-жертви («України-Катерини») Т. Шевченка) реально стали нацією воїнів у мейнстрімі відновленого «козацького міфу» з огляду на поширене порівняння Майдану 2013–2014 рр. із Запорізькою Січчю, ще й лінгвістично позначене тим, що гумористичні «селюки-хохли» обернулися на «укрів» в імперському дискурсі. Тобто відбулася невідомо легітимація «українськості» на відміну від міфологеми про «один народ» у «малоросійському» мейнстрімі. Проте нині символічний код нації-воїнів («кіборгів») руйнується, адже позиціонована нескореність є несумісною з «комікократією» як політичною системою.

Абстрагуючись від передвиборчої змови олігархів (нині Україна є очевидною конкурентною олігархією), варто проаналізувати медіаміфологію, що забезпечила перемогу В. Зеленському. Одразу треба зазначити, що В. Зеленський у підсумку не запропонував *нове*, він запропонував *інше*. Незаперечним фактом є те, що останнє покоління фактично відлучене від книжної культури, яка лінійно/цілісно структурувала думки (навіть якщо закручувала їх у спіраль) за принципом послідовності друкованого тексту. Проте нині вона поступилася місцем медіакультурі з її «кліповим», дискретним/мозаїчним типом свідомості (Гиренок 2016, с. 8–19). Лінійне мислення у формі потоку, що дає змогу послідовно сприймати/аналізувати інформацію, нині заміщується імпульсивним типом мислення, коли посилення адресується уяві. Лінійний тип свідомості передбачає наявність цілісності й певної структури – інтелектуальної схеми, відповідно до якої людина сприймає, переробляє та зберігає інформацію про довкілля. Кліп є партикуляцією та деструктуризацією цілого, виокремленням обмеженого об'єкта/події. На думку дослідників: «Кліпова свідомість – це здатність миттєвого й кольорового сприйняття світу через короткий, яскравий посил, втілений у формі відеокліпу або в іншому аналогічному вигляді» (Митягіна, Долгополова 2009, с. 53). Для такої свідомості характерною є візуальність, іманентність, емоційність, асоціативність, проте бракує аналітики та зосередженості на деталях (де «ховається диявол», відповідно до загальновідомої ідіоми). Адже секундні мікроплани кліпу хоча й збільшують кількість повідомлень, що спалахують у свідомості, проте не встигають осмислюватися: «Люди із таким типом свідомості не здатні до послідовного процесу мислення, їм важко проаналізувати ту чи іншу ситуацію, утримувати в пам'яті образи, концентруватися на одній думці» (Голубенко 2017, с. 39). Хаотична свідомість сприяє тому, що людина втрачає здатність критично аналізувати інформацію. Нині вже не людина контролює інформаційні потоки, навпаки – комунікаційні технології створюють нову людину із зміненим/адаптованим станом свідомості, зокрема за сприяння віртуальної міфології.

Медіаміф є імітаційним міфом (псевдоміфом), коли співпереживання імітується за допомогою впливу якогось подразника, бо якщо подразник зникає – зникає і переживання, тож медійні міфи є випадковими, що не спираються на традиційний патерн, про що вже йшлося (Демчук 2017, с. 17). Ключовою фігурою сучасності стає журналіст, який професійно конструє сенсації, добираючи, комбінуючи, інтерпретуючи

та продукуючи факти, тож ЗМІ обертаються на самостійний чинник політики. Почасти новини стають імітаційними міфами, бо формують «картину світу» шляхом маніпуляції свідомістю людей, де реальним у світі є лише те, що потрапляє в їхню добірку. Всеваддя ЗМІ в міфологічному просторі є незаперечним, що призводить до міфологічних сюжетів, позначених нами як «смажені снігурі» (термін, запозичений із медіаміфів війни на Донбасі – алюзія на колишній термін «інформаційна качка», витіснений «фейком»). Власне медійними засобами будь-якому персонажу можна надати багатозначність символу тимчасової міфології. Наприклад, сумнозвісний «розп'ятий хлопчик у трусиках» спонукав мешканців російської глибинки масово їхати на Донбас, аби вбивати українців. Проте медіаміфи не здатні створити цілісного політичного міфу, що саморозвивається, а лише мікст або нарізку з фрагментарних міфосюжетів за критерієм подієвості. З їхньою допомогою суспільство можливо мобілізувати лише на короткий проміжок часу, доки гостросюжетна подія не обернеться суцільною брехнею, бо не ґрунтується на культурних патернах, а є відволікаючим «білим шумом». В іншому разі, у новин не буде телеглядачів, а отже вони повинні стати казками, де культурний герой бореться з Ворогом/Злом, а глядач йому максимально симпатизує. Маємо залучення телеглядача до постійного споживання новин, відповідно до того як «підсаджуються» на серіали, й це «сприяє породженню інтерпретацій і реінтерпретацій того, що відбувається, що є результатом породження хаосу (в головах. – Р. Д.)» (Почепцов 2016, с. 285).

Поза часом, нібито в тенетах архаїчного міфу, перебуває людина дозвілля, що споживає та задовольняється примітивним продуктом попкультури на кшталт «мильних опер» або розважальних шоу. Подібний «шаманізм» здійснюється через телевізор – аналог ритуальних заклинань у сучасній формі репрезентації, коли вплив спрямовується до тих глибин несвідомого, де архетип втрачає культурну визначеність, наближуючись до інстинкту. Обиватель здебільшого атомізований, позбавлений соціальної активності, уникає будь-яких громадських об'єднань, перебуваючи у штучному світі медіаобразів. Сам термін «телебачення» означає бачити на відстані, у чарівних казках так могли бачити іншу реальність за допомогою чарівного блюдечка. Тепер таку казкову можливість має кожна людина, що дивиться на телеекран.

Популярний жанр talk show, що збирають мільйонну аудиторію, надає пересічному мешканцеві віртуальну можливість спілкування

з відомими персонами, ілюзію співпричетності до розв'язання суспільно значущих проблем. Зокрема, політичні ток-шоу тривають із продуманими колізіями, легалізованою скандальністю, забезпеченими ретельним підбором учасників та студійною масовкою із зрежисованою реакцією на політичну дискусію. Як зауважила стосовно цього Г. Набокова: «Аналіз значного обштуру фактичного емпіричного матеріалу дозволив зробити висновок про те, що чим активніше телеглядачі під час перегляду суспільно-політичних передач будуть зорієнтованими на розваги, тим розважальнішою вважатимуть вони політику як справу малосерйозну» (Набокова 2013, с. 155–156). Остаточна «шоуізація» політики відбулася завдяки передачі С. Шустера «Свобода слова» (ICTV, Інтер). Наразі глядач захоплюється нестандартними політиками, відверто політичними фріками (наприклад, у Росії це – В. Жириновський, який розкрученим образом «клоуна» випередив свій час, а в Україні мав наслідувача – О. Ляшка, нині – І. Ківу) та із задоволенням голосує за них на виборах, адже вони не виголошують довгих промов, а лише блискуче розважають влучними спічами з телеекранів. Традиційна real politics трансформувалася в телеполітику, яка суттєво знизилася/втратила рівень компетентності. У підсумку акцентована розважальність телебачення заохочує споживачів до мисленневої незрілості, плекає інфантильність.

З боку клінічної психології вже давно йдеться про «медіазалежність», проте це не вироблення власного бачення, а нав'язаний погляд Іншого: «Телебачення – це не просто посередник між міфотворцем і глядачем. Це особливе середовище, яке володіє низкою унікальних властивостей, що перетворюють його не лише на канал доставки міфів, а й на фабрику їхнього виробництва» (Цуладзе 2003, с. 251).

Так це і сталося з передвиборчою кампанією шоумена В. Зеленського, котрий здійснив успішні гумористичні проекти. Вплив на свідомість мас через гумор важко переоцінити, недарма проект «КВН» 1961 року санкціонував керівник КДБ О. Шелепін; аналогічно співзасновником «95 кварталу» на «Інтері» був В. Хорошковський, очільник СБУ за часів В. Януковича (Чекалкин 2019). До речі, генеральним продюсером телеканалу «Інтер», який став ідеологічним рупором цього режиму, був В. Зеленський (з 23.12.2010 до 29.08.2012) (Владимир Зеленский назначен... 2010). Через телевізійні жарти певний час трансливалися резонансні антиукраїнські меседжі на кшталт «Україна – порноактриса» («Вечірній квартал», Юрмала, 2016)

(Україна как порноактриса... 2016). Подібна весела реприза відбувалася на тлі чергового заострення в протистоянні російській експансії, що в різних формах триває на теренах України майже чотириста років. Вражаючою була реакція публіки на брутальний жарт, адже людина не замислюється, коли сміється, бо сміх є фізіологічним відгуком на подразник (загальновідомим є явище нестримного сміху), осмислення предмета осміяння приходить потім, коли сміх вщухає (Пропп 1999, с. 176).

Канонічним у царині сміхової культури стало дослідження М. Бахтіна, де сміх контамінується із свободою, коли, руйнуючи ієрархію, звільняє від соціальної маски, нав'язаної людині «офіційною культурою», шляхом переміни ролей (Бахтин 1990). Слід зауважити, що карнавал відбувався лише в чітко визначений церквою календарний час, і це вже певним чином формалізує процес свободи. Вільна людина аргіогі не потребує звільнення, тому: «Мудреця завжди важче розсмішити, ніж простака» (Аверинцев 2005, с. 346). Втім, характер протиставлення та взаємозв'язку мудреця і дурня детально аналізує М. Словінський (Słowiński 1990). Проте регульована свобода всередині конвенціональної системи потребує уточнення, якщо зважати на встановлення істини, а не на просування концепції. Стосовно феномену сміху з М. Бахтіним обережно полемізує С. Аверинцев у відповідних есе (Аверинцев 2005), а саме щодо питання сміхової шкали, коли на полюсі сміху цинічного/хамського той, хто сміється, позбувається сорому й совісті, як-от у випадку біблійного Хама (1М, 9:22). Тобто сміх і насмішка (глузування) – різні речі. Каральна та карально-виховна функція сміху є добре відомою ще з архаїчних часів (Колесникова, Колесников 2003). Тож сам сміх не такий вже й однозначний маркер свободи та розкріпачення особистості, до того ж буває ідіотським, істеричним, зловтішним, сардонічним та гірким «сміхом крізь сльози».

Види сміху за психологічним критерієм систематизує В. Пропп, наголошуючи на взаємозв'язку сміху і моралі, зокрема: «Злий сміх пов'язаний з уявними недоліками людей, цинічний сміх викликаний радістю з приводу чужого нещастя» (Пропп 1999, с. 159). Аналізуючи співвідношення між смішним і комічним, дослідник зазначає, що найбільш адекватним відповідником комічному є глузливий сміх, який домінує в мистецьких практиках (Пропп 1999, с. 170). Одну з підстав глузливого сміху зауважує О. Мухутдінов: «Те, що буденність не розуміє, вона, як правило, робить предметом глузування» (Мухутдінов 2004, с. 39). Наприклад, у романі

М. Булгакова «Майстер і Маргарита» Диявол застерігав за сніданком Канта: «Ви, професоре, воля ваша, щось незграбне придумали! Воно, може, й розумне, але геть незрозуміле. Над вами потішатися будуть» (Булгаков 2005, с. 25).

У процес спалення вчених/еретиків інквізицією було включено ритуал осміяння народом, коли приреченого возили містом на віслюку задом наперед у чудернацькому ковпаку блазня. Як зазначав стосовно цього С. Аверинцев: «Терор сміху не лише заміняє репресії там, де вони чомусь неприйнятні, але не менш вдало співпрацює з терором репресивним там, де його застосовано» (Аверинцев 2005, с. 352). Дослідник наводить низку прикладів прямого зв'язку між сміхом і насильством, карнавалом і авторитарністю, зокрема на російському ґрунті (Аверинцев 2005, с. 360–365). Ми б додали до наведеного переліку «Всешутейні собори» Петра І, коли його православні соратники начебто висміювали католицький клір (Папу Римського, архієпископів), проте насправді цар-протестант глумився над церквою як інституцією, про що учасники дійства навіть не здогадувалися. Адже сміх провокує і легітимізує підміни, коли свідоме й несвідоме повсякчас міняються ролями у стихії сміху. Водночас Петро І розпочав гоніння на юродивих – православних блазнів. Архетипово ритуал глумління відсилає до події осміяння Христа в царському/терновому вінці римськими легіонерами перед розп'яттям: «...І, навколішки падаючи перед Ним, сміялися з Нього й казали “Радій, Царю юдейській”» (Мтв. 27:29). Проте можна погодитися, що в сучасній культурі відбувається карнавалізація християнської міфологеми – з одного боку, і сакралізація карнавалу – з іншого (Голозубов 2004, с. 236).

Зрозуміло, що розважальний характер медійної культури не можна ігнорувати у зміненому нею світі, проте її потенціал варто застосовувати принаймні з суспільною користю (хоча б у педагогіці задля навчання дітей через відеоігри), а не лише для передвибірчих маніпуляцій. Утім, актор сміхового жанру і кандидат у президенти В. Зеленський спілкувався з виборцями виключно телевізійними кліпами. Можливо, передчасно оцінювати президентство В. Зеленського, яке триває в процесі болісного становлення його політичного мислення за умов надскладного суспільства глобалізованого світу, проте передвибірча кампанія вже продемонструвала провідні тренди.

Телебачення, яке, на відміну від кіно і театру, поширюється на все населення, ґрунтується передусім на реакції глядача, що формує в телезірок «лайкозалежність». Завдання актора – сподобатися публіці, на відміну від президента, чіє завдання

полягає в тому, аби сподобалися його рішення і справи, адже останній передусім є суспільною функцією. Тож «передвиборчий» Зеленський став віртуально порожнім знаком; кожний виборець наповнював його телеобраз власними фантазіями та очікуваннями. Відповідно до антропологічних спостережень Ю. Харарі, «*Homo sapiens* не пристосована до простого задоволення. Щастя людини менше залежить від об'єктивних умов, а більше від наших очікувань» (Харарі 2018, с. 67). Тож передвиборчий політтехнологічний проєкт полягав у сублімації власної мрії виборця, чим скористалися крійтори, відповідно до спостережень М. Маклюєна: «Телеактор не повинен випинати ані свій голос, ані самого себе. Аналогічно, акторська гра на телебаченні – через особливу залученість глядача у довершення або “заповнення” телевізійного образу є вкрай інтимною настільки, що актор повинен досягати високого ступеня спонтанності...» (Маклюєн 2003, с. 363). Спічрайтери «95 кварталу» роками писали влучні тексти, зокрема на тему актуальної політики, які В. Зеленський звик озвучувати. Тож уся передвиборча кампанія була віртуозним фокусом, що загалом співвідноситься з казковим мотивом на кшталт «Чарівник Смарагдового міста» (римейком мотиву «За щучим повелінням»), адже політичний міф, позбавлений концепції, обертається на казку, де все можливо залагодити, надівши зелені окуляри.

Проте, якщо поставити на zero, можна як зірвати куш, так і вщент програти, на що виборці не зважали, бо в більшості діяли ірраціонально, зачаровані франшизою кандидата, інші – «за замовчуванням», аби здаватися такими, як усі, відповідно до соціального мімесису, що призводить, за А. Тойнбі, до «сумного кінця» (Тойнбі 1995, с. 220). У В. Зеленського – п'ятнадцятирічна медіаісторія на головних каналах країни у сфері розваг, до того ж прихована виборча кампанія велася п'ять років завдяки «мільному» серіалу «Слуга народу» (хоча застосована технологія була вже відомою завдяки образу ведмедика Волдо з «Момент Волдо» у серіалі «Чорне дзеркало», Велика Британія, 2013 р.). Показово, що кандидат у президенти вийшов до публіки після оголошення екзит-полів другого туру якраз під саундтрек зі «Слуги народу», тим самим підтвердивши застосування сугестивних технологій у режимі програвання ситуації наперед.

Проте в нехитрому сценарії цієї медіаісторії глобальною проблемою була внутрішня корупція, саме тому В. Зеленський, не виходячи з образу Васі Голобородька, так наполегливо вимагав ув'язнити «владу бариг», що імпонувало споживачькому суспільству. Нині тема корупції

переважно зникла з провладного дискурсу та медійного простору, незважаючи на анонсовані посадки «попередників» на тлі нових корупційних скандалів. Проте зсув акцентів із зовнішньої політики на внутрішню став провладним трендом.

А головне – у телесеріалі «Слуга народу» не було передбачено війни, тому реальну війну, яка від 2014 р. триває на Південному Сході, нині винесено за дужки. «Більшовики» як ситуативний політичний проєкт під президентський бренд, явно зайшли на рівень, де вони є некомпетентними (наприклад, вважаючи, що війна триває, бо дехто в Україні на ній збагачується), тож залишається підміна понять – природне прагнення миру обернути на фактичну капітуляцію («просто перестати стріляти»). Наразі політику в Україні здійснює команда менеджерів «95 кварталу» і «Ліги сміху» (І. Баканов, А. Рибак, С. Шефір, С. Сивохо та ін.), проте смертей військових побільшало порівняно з попереднім роком.

Тему взаємозв'язку буфонади та мортальності добре проаналізували дослідники, зокрема О. Фрейденберг через «метафори Смерті» (Фрейденберг 1997, с. 82–111), чію концепцію розвинув О. Кирилюк (Кирилюк 2006). Блазень, буфон сприймається символічно як один із культурних архетипів людства. Відомо, що архетипи є тригерами міфів. У цивілізаційному розвитку міфологія блазня еволюціонувала від страти (як аллюзії жертвоприношення) до публічного побиття з пролиттям клоунських сліз під регіт публіки. Проте характерні ознаки клоуна: червоні носи, гіпертрофовані гримом риси обличчя, безглузде вбрання, що спотворює тіло, – здатні не лише смішити, а й лякати. Тож архетип «лихого клоуна» було обіграно кінематографом жахів у численних версіях фільмів про «клоунів-убивць» (останній – «Боязнь клоунів», США, 2020 р.). Як «клоунів-убивць» ідентифікували диктаторів, зокрема А. Гітлера. Таке маркування було захисним маневром як намагання висміювати те жахливе, що трапилося з людством, аби сформувати імунітет проти тоталітарного на несвідомому рівні (наприклад, у комедії «Смерть Сталіна», Велика Британія, 2017 р.).

Георгій Почепцов справедливо зауважив: «Кожен з нас живе в рамках тих чи інших міфів, часто навіть не підозрюючи про це... Міфи встановлюють правила устрою нашого світу» (Почепцов 2009, с. 149). Провідною інтенцією міфологічного є мотив «вічного повернення». Саме тому «клоуни повертаються» – провідний меседж нещодавно оприлюдненої статті Т. Кернера «Час клоунів». Культурний статус клоуна стрімко здійснив власну еволюцію від приниженої касты за часів домодерного суспільства до вершин політикуму

суспільства постмодерного. Тож нині сміх лунає не знизу – від знедоленого народу, а згори – з політичного Олімпу. Начебто сміх не створює нічого поза власним ігровим полем, проте ним можна не лише заткнути рота, як кляпом, але й знищити опонента, що стимулює розвиток політичної буфони. Небезпечним у політичному театрі є те, що, за спостереженням Т. Кернера: «Політик-клоун навряд чи може зазнати поразки, тому що його прихильникам він і подобається тим, що спотикається й падає. Будь-яку критику вони вже давно сприймають як побиття, тому помилки політичному клоунові не страшні» (Кернер 2020). Побитий клоун стає героєм знедоленого народу, адже тим самим ідентифікується як «свій», тому не варто дивуватися комічним перемогам та очікувати стрімкого обвалу комічних рейтингів. Зрештою, імпічмент – те саме шоу, що не знищить репутацію коміка, котрий не мислить у категоріях політкоректності, а лише піде йому на користь, як і вибори, де він – поза конкуренцією.

Як предтечу політиків-коміків слід згадати французького клоуна Колюша (Мішеля Колючі), що балотувався на президентських виборах у Франції 1980 р. Успішним політиком став італійський клоун Беппе (Джузеппе) Грілло, нині голова найвпливовішої партії Італії, котрий заснував рух «П'ять зірок» 2019 р. Серед івент-менеджерів постмодерної політики – колишні шоумени Дональд Трамп та Борис Джонсон, здатні змінювати реальність під себе за допомогою гіпертрофованого попуплізму. Всі ці різнопланові персонажі, окрім спільного бекграунду у сфері розваг, мають схожі психологічні маркери: по-перше – харизматичність, по-друге – нарцисизм, зокрема: «Нарцисизм привів Трампа в політику, але в політику, що керується не так громадськими інтересами, як його власними внутрішніми потребами у суспільному визнанні своїх заслуг» (Фукуяма 2020, с. 132). Самооцінка нарциса залежить від інших, він не може жити без захоплення собою. По-третє, як наслідок двох попередніх – схильність до авторитарного типу правління, одноосібної монополізації влади, що живить «коулрофобію» у формі несприйняття з боку інтелектуальної еліти та ліберальної інтелігенції.

Архетиповий Трикстер немає ані статі, ані віку, його тіло може набувати як перебільшено маскулітних, так і граційно-дитячих форм, тому в рудого клоуна, що сміється (Арлекіна), завжди є партнер – білий клоун, що плаче (П'єро), адже відокремлені функції плачу і сміху й далі нероздільно співіснують у міфі (Фрейденберг 1997, с. 95–96). Нині стрімко сходить політична зірка Грети Тунберг з її екстатичним спічем в ООН, що спричинив номінацію на премію «Людина року» і, можливо, Нобелівську премію миру (Шведская активистка Грета Тунберг... 2019). Алогізми є комічними самі по собі, тож наразі особливу дівчинку-підлітку використовують як антитезу Трампу в кліматичній екології (2017 року США офіційно вийшли з Паризької екологічної угоди), цієї новітньої релігії з власним сценарієм Апокаліпсису.

Висновки. Варто замислитися, наскільки гарно відрефлексований дослідниками образ клоуна як бунтаря більше приховує реальність, ніж відображає. Адже мінливість і містифікація є підґрунтям комікократії, каламбур – її стихія, коли різні елементи, образи асоціативно або формально чіпляються один за одного, разом утворюючи полісемантичний конструкт. Саме підміна картою Джокер лежить в основі сміхової гри, коли, наприклад, актор розважального жанру стає президентом європейської країни, лідер фракції «Слуга народу» у ВРУ Д. Арахамія виявляється Девідом Брауном із «Шоу екстрасенсів» (Арахамія «засветился»... 2020), а герой протестної субкультури, шоумен С. Шнуров (Шнур) балотується у Держдуму Росії (Сергей Шнуров официально вошел... 2020). Комізм є сферою свідомого творення сміху, обставин, що викликають сміх, бо коли людина, яка не вміє грати в шахи, видає себе за гротесктера екстракласу – то це милий авантюрист Остап Бендер у комічній та водночас небезпечній ситуації. Проте не варто недооцінювати політичний потенціал, креатив та руйнівну силу коміків, бо в підсумку вони глумляться над тими, хто їм вірить, а нині – це більшість.

Список використаної літератури

- Аверинцев С. Бахтин и русское отношение к смеху. *Связь времён* : Собр. соч. / под ред. Н. Аверинцевой, С. Сигова. Киев : Дух і Літера, 2005. С. 360–365.
- Аверинцев С. Бахтин, смех, христианская культура. *Связь времён* : Собр. соч. / под ред. Н. Аверинцевой, С. Сигова. Киев : Дух і Літера, 2005. С. 342–359.
- Арахамія «засветился» в «Битве экстрасенсов» как «миллионер Давид Браун» (Видео). 20.02.2020. URL: <https://www.dsnews.ua/society/arahamiya-zasvetilsya-v-bitve-ekstrasensov-kak-millioner-20022020233800> (дата обращения: 20.02.2020).
- Байме К. Політичні теорії сучасності / пер. з нім. М. Култаєвої, М. Бойчека. Київ : Стило, 2008. 396 с.
- Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Москва : Художественная литература, 1990. 543 с.
- Булгаков М. Мастер и Маргарита : Роман; Собачье сердце : Повесть / вступ. ст. Б. Соколова. Москва : Литература, Мир книги, 2005. 480 с.

- Венкина Е. Меркель и Путин договорились задействовать «нор-мандский формат» в керченском кризисе. 01.12.2018. URL: <https://www.dw.com/ru/> (дата обращения: 20.02.2020).
- Владимир Зеленский назначен генеральным продюсером «Интерера». 30.12.2010. URL: <https://glavred.info/stars/177610-vladimir-zelenskiy-naznachen-generalnym-prodyuserom-intera.html> (дата обращения: 20.02.2020).
- Гиренок Ф. Клиповое сознание. Москва : Прогресс, 2016. 256 с.
- Голозубов А. Теология смеха в постхристианском мире. *Дόξα / Докса* : зб. наук. праць з філософії та філології. Одеса : ОНУ ; Одеська гуманітарна традиція, 2004. № 05. С. 231–242.
- Голубенко М. Трансформація часосприйняття в умовах миттєвої комунікації. *Актуальні проблеми художньої культури*. 2017. Вип. 39. С. 34–43.
- Демчук Р. Метаморфози міфологічного. *Magisterium*. 2017. Вип. 68 : Культурологія. С. 14–21.
- Кернер Т. Час клоунів. *Deutschlandfunk/Главком*. 18.01.2020. URL: <https://glavcom.ua/world/observe/chas-klouniv-653364> (дата звернення: 20.02.2020).
- Кирилук О. «Ha-ha» Said the Clown: Блазень як звір, тотем, цар, раб та жертва (універсально-культурний стадіальний аналіз фігури циркового клоуна). *Дόξα / Докса* : зб. наук. праць з філософії та філології. Одеса : ОНУ ; Одеська гуманітарна традиція, 2006. № 9. С. 8–17.
- Колесникова А., Колесников К. Каральна функція сміху в правовій культурі давнини і Середньовіччя. *Дόξα / Докса* : зб. наук. праць з філософії та філології. 2003. № 3. С. 161–168.
- Маклоен М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва-Жуковский : Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
- Митягина Е., Долгополова Н. «Клиповое сознание» молодежи в современном информационном обществе. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия «Социальные науки»*. 2009. Вып. 3(15). С. 53–59.
- Мухутдинов О. Юмор и философия. *Дόξα / Докса* : зб. наук. праць з філософії та філології. 2004. № 5. С. 35–44.
- Набокова Г. Жанрові формати розважальної телевізійної культури. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 31. С. 154–160.
- Почепцов Г. Имиджелогия. Москва : Smart Book, 2009. 575 с.
- Почепцов Г. Смысли и войны: Украина и Россия в информационных и смысловых войнах. Київ : ВД «Киево-Могилянська академія», 2016. 316 с.
- Пропп В. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). Москва : Лабиринт, 1999. 188 с.
- Сергей Шнуров официально пошел в политику. 20.02.2020. URL: <https://lenta.ru/news/2020/02/20/lo/> (дата обращения: 20.02.2020).
- Снайдер Т. Про тиранію. Двадцять уроків двадцятого століття / пер. з англ. О. Камишникової. Київ : Медуза, 2017. 144 с.
- Тойнбі А. Дослідження історії : у 2 т. / пер. з англ. В. Шовкун. Київ : Основи, 1995. Т. 1. 614 с.
- Украина как порноактриса. Пародия Зеленского на власть в Украине. 16.09.2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6reyoMkanxc> (дата обращения: 20.02.2020).
- Фрейдберг О. Поэтика сюжета и жанра / подг. текста Н. Брагинской. Москва : Лабиринт, 1997. 448 с.
- Фукуяма Ф. Идентичность. Стремление к признанию и политика неприятия. Київ : Альпіна Паблішер, 2020. 256 с.
- Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек / пер. с англ. М. Левина. Москва : АСТ, 2004. 588 с.
- Харарі Ю. 21 урок для 21 століття / пер. з англ. О. Демянчука. Київ : Book Chef, Форс Україна, 2018. 416 с.
- Цуладзе А. Политическая мифология. Москва : ЭКСМО : Алгоритм, 2003. 384 с.
- Чекалкин Д. Про КВНщиків у «Слузі народу», КДБ та гумор, як інструмент гібридної війни. 05.11.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ChlLFnJ2Mj0> (дата звернення: 20.02.2020).
- Шведская активистка Грета Тунберг разгромила мировых лидеров гневной речью на саммите ООН. 23.09.2019. URL: <https://nv.ua/world/geopolitics/vystuplenie-grety-tunberg-v-oon-video-50044353.html> (дата обращения: 20.02.2020).
- Slowiński M. Blazen. Dzieje obrazu i motywu. Poznań : Wydaw. Poznańskie, 1990. 344 s.

References

- Averintcev, Sergei. 2005a. "Bakhtin, smekh, khristianskaia kultura." In S. Averintcev. *Sviiaz vremen*, ed. by N. Averintceva, S. Sigov, 342–59. Kyiv: Duch i Litera [in Russian].
- _____. 2005b. "Bakhtin i russkoe otnoshenie k smekhu." In S. Averintcev. *Sviiaz vremen*, ed. by N. Averintceva, S. Sigov, 360–5. Kyiv: Duch i Litera [in Russian].
- Bakhtin, Mikhail. 1990. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaia kultura srednevekoviia i Renessansa*. Moscow: Khudozhestvennaia literatura [in Russian].
- Beume, Klaus. 2008. *Politychni teorii suchasnosti*, trans. M. Kul'taieva, M. Boichek. Kyiv: Stylos [in Ukrainian].
- Bulgakov, Mikhail. 2005. *Master i Margarita: Roman; Sobach'e serdce: Povest'*. Moscow: Literatura, Mir knigi [in Russian].
- Chekalkin, Dmytro. 2019. "Pro KVNshchykiv u "Sluzi narodu", KDB ta humor, yak instrument hibrydnoi viiny." November 5. <https://www.youtube.com/watch?v=ChlLFnJ2Mj0> [in Ukrainian].
- Demchuk, Ruslana. 2017. "Metamorphoses of the mythological." *Magisterium. Culturology* 68:14–21. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_kul_2017_68_5 [in Ukrainian].
- Dsnews.ua. 2020. "Arakhamiia "zasvetilsia" v "Bitve ekstrasensov" kak "millioner David Braun" (Video). 2020, February 20. <https://www.dsnews.ua/society/arahamiya-zasvetilsya-v-bitve-ekstrasenov-kak-millioner-20022020233800> [in Russian].
- Freidenberg, Olga. 1997. *Poetika syuzheta i zhanra*. Moscow: Labirint [in Russian].
- Fukuyama, Francis. 2004. *The End of History and the Last Man*, trans. M. Levin. Moscow: AST [in Russian].
- _____. 2020. *Identity: The demand for dignity and the politics of resentment*. Kyiv: Alpina Publisher [in Russian].
- Girenok, Fedor. 2016. *Klipovoe soznanie*. Moscow: Progress [in Russian].
- Glavred. 2010. "Vladimir Zelenskii naznachen generalnym produserom «Intera»." 2010, December 30. <https://glavred.info/stars/177610-vladimir-zelenskiy-naznachen-generalnym-prodyuserom-intera.html> [in Russian].
- Golozubov, Oleksandr. 2004. "Teologiya smekha v postkhristianskom mire." *Dόξα / DOXA* 5:231–242. <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa5/231-242.pdf> [in Russian].
- Golubenko, Marianna. 2017. "The transformation of perception of time in terms of instant communication." *Aktualni problemy khudozhnoi kultury* 39:34–43. http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2017_39_7 [in Ukrainian].
- Harari, Yuval. 2018. *21 Lessons for the 21st Century*, trans. O. Demyanchuk. Kyiv: Book Chef, Fors Ukrayina [in Ukrainian].
- Kerner, Torsten. 2020. "Chas klouniv." *Deutschlandfunk/Главком*, January 18. <https://glavcom.ua/world/observe/chas-klouniv-653364> [in Ukrainian].
- Kolesnykova, A., and K. Kolesnykov. 2003. "Karalna funktsiia smikhu v pravovii kulturi davnyiny i serednovichchia." *Dόξα / DOXA* 3:161–8. <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa3/105-109.pdf> [in Ukrainian].
- Kyryliuk, Olexander. 2006. "Ha-ha" Said the Clown: Blazen yak zvir, totem, tsar, rab ta zherstva (universalno-kulturnyi stadialnyi

- analiz fihury tsyrkovoho klouna)." *Діжда / DOXA* 9:8–17. <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa9/8-17.pdf> [in Ukrainian].
- Lenta.ru. 2020. "Sergej Shnurov oficialno poshel v politiku." 2020, February 20. <https://lenta.ru/news/2020/02/20/loI/> [in Russian].
- McLuhan, Marshall. 2003. *Understanding Media: The Extensions of Man*, trans. V. Nikolaev. Moscow–Zhukovskij: Kanon–Press-C, Kuchkovo pole [in Russian].
- Mityagina, E., and N. Dolgoplova. 2009. "Clipping Youth Consciousness in Modern Media Society." *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Seriya "Sotsialnye nauki"* 3(15):53–9 [in Russian].
- Mukhudinov, Oleg. 2004. "Tumor i filosofii." *Діжда / DOXA* 5:35–44. <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa5/35-44.pdf> [in Russian].
- Nabokova, Hanna. 2013. "Zhanrovi formaty rozvazhalnoi televiziinoi kultury." *Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury* 31:154–160. http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_24 [in Ukrainian].
- Nv.ua. 2019. "Shvedskaia aktivistka Greta Tunberg razgromila mirovykh liderov gnevnoi rechiu na sammite OON." 2019, September 23. <https://nv.ua/world/geopolitics/vystuplenie-grety-tunberg-v-oon-video-50044353> [in Russian].
- Pocheptsov, Heorhii. 2009. *Imidzhelohiya*. Moscow: Smart Book [in Russian].
- _____ 2016. *Smysly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinykh i smyslovykh viinakh*. Kyiv: Publishing house "Kyievo-Mohylianska akademiia" [in Ukrainian].
- Propp, Vladimir. 1999. *Problemy komizma i smekha. Ritualnyi smekh v folklore (po povodu skazki o Nesmeiane)*. Moscow: Labirint [in Russian].
- Slowiński, Mirosław. 1990. *Blazen. Dzieje obrazu i motywu*. Poznań: Wydaw. Poznańskie [in Polish].
- Snyder, Timothy. 2017. *On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century*, trans. O. Kamyshnykova. Kyiv: Meduza [in Ukrainian].
- Tculadze, Avtandil. 2003. *Politicheskaia mifologija [Political mythology]*. Moscow: EKSMO, Algoritm [in Russian].
- Toynbee, Arnold. 1995. *A Study of History*. 2 Vols., trans. V. Shovkun. Vol. 1. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
- Venkina, Ekaterina. 2018. Merkel i Putin dogovorilis zadeistvovat "normandskii format" v kerchenskom krizise. December 1. <https://www.dw.com/ru/> [in Russian].
- YouTube. 2016. "Ukraina kak pornoaktrisa. Parodiya Zelenskogo na vlast v Ukraine." 2016, September 16. <https://www.youtube.com/watch?v=6peyoMKanxc> [in Russian].

Ruslana Demchuk

"COMICOCRACY" AS A CULTURAL AND POLITICAL REALITY

The article researches one of the distinctive trends of the world political situation: its implication in comic culture. Buffoon is symbolically perceived as one of the cultural archetypes of the humanity. The comedian's public status has rapidly evolved from the humble caste in pre-modern society to the top of the political party in the post-modern society. Laughter is currently being heard not from the least privileged groups of population but from the political Olympus. Traditional politicians have been replaced by a new generation of figures who used to be involved in the show business, with a lack of experience in public management and the reliance only on the popularity of their television image. Laugh seems not to be able to create anything outside its own field of play; however, it can be used to destroy the opponent, which in its turn stimulates the development of the political buffoonery.

The article is an attempt to analyze the situation related to the presidential election of the showman V. Zelensky in Ukraine. It has become possible considering the media mythology produced by the news outlet, response and approval from TV audience, which still includes the majority of the population, unlike Internet, cinema and theatre.

Man of leisure seems to be beyond time in networks of archaic myth, consuming primitive products of mass culture, such as soap operas or television shows. Political talk shows, in particular, draw an audience of millions because they give an ordinary person a virtual opportunity to communicate with popular figures as well as an illusion of being involved in solving of publicly significant problems, yet politics is presented as entertainment.

Manipulative technologies are successful because they take into account the "clip" consciousness as a product of the visual culture, which has superseded the culture of printed text with the developed linear type of consciousness.

Therefore, the unconditional rightness of the so-called "majority" of any society is an illusion inspired primarily by the media that perform political orders on oligarchic channels, are preoccupied with their ratings and shake up society in order to achieve the required political resonance. On the contrary, real social development is not ensured by the masses, but by the accumulation of people with higher level of consciousness, namely an active "minority" that is ignored in times of aggressive populism.

Keywords: politics, media mythology, show business, video clip, comedian, laugh, consciousness, D. Trump, V. Zelensky.

Матеріал надійшов 15.03.2020

