

СЕРІАЛ ЯК ФЕНОМЕН МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

ВАНЮШИНА О., к. ф. н., доцент кафедри психології КНТЕУ

Масова культура – один із найбільш значущих варіантів функціонування сучасної культури. Феномен масової культури охоплює не тільки матеріальну та духовну культури, а й сферу світоглядних універсалій. У науковій літературі йому приділено надзвичайно багато уваги, однак він не має єдиних оціночних критеріїв. Дослідники визначають його в різній методології та термінології. Однак на рівні стереотипу масова культура сприймається як дещо, що протистоїть

© Ванюшина О., 2009

ВІСНИК КНТЕУ 3/2009

 101

культурам національним, класичним, традиційним. Прийнято вважати, що вона породжена розвитком техніки та технології, отже, суспільством споживання, умови для якого сформувалися приблизно сто років тому [1; 2]. Не останню роль у формуванні масової культури відіграли розвиток та укріплення політичних демократій.

Найбільш розвинена масова культура в демократичному суспільстві, Америка з її Голівудом виступає символом всевладності масової культури. У тоталітарних суспільствах масова культура практично відсутня, немає й розподілу культури на масову та елітарну. Вся культура проголошується масовою, насправді ж будучи елітарною. Прикладом може слугувати такий жанр радянського кіно, як виробничий фільм. Це не була справжня масова культура, адже формувалася вона не ринком, а держзамовленням; тому і не дивно, що цей жанр зник, як тільки розпочалася перебудова.

Необхідною рисою продукції масової культури повинна бути цікавість, для того, щоб вона мала комерційний успіх, щоб її купували, і гроші, витрачені на неї, давали прибуток. Цікавість же задається жорсткими структурними умовами тексту. Сюжет і стилістика продукції масової культури мають бути примітивними з позицій елітарної фундаментальної культури, але вони не повинні бути неякісно зробленими – інакше ця продукція не матиме комерційного успіху. Потік свідомості, відчуження, інтертекст, принципи прози ХХ ст. не підходять для масової культури. Для неї потрібен сюжет з інтригою, і що особливо важливо, чітке ділення на жанри. Це можна простежити на прикладі масового кінематографу. Жанри чітко розмежовані. Головні з них – мелодрама, детектив, трилер, фільм жахів (або чілер від англ. *chill* – тремтіти від страху), фантастика. Кожен жанр є замкненим у собі світом, зі своїми мовними законами, якими не можна нехтувати, особливо якщо це пов'язано з великими фінансовими внесками.

У ХХ ст. масова культура замінила фольклор, який у синтаксичному плані також був побудований жорстко. Найбільш яскраво це показав В. Пропп, який проаналізував казку і довів, що в ній існує завжди одна і та сама синтаксична структурна схема, яку можна формалізувати і представити в логічних символах.

Тексти масової літератури та кінематографу побудовані аналогічно. Це необхідно для того, щоб відразу ж можна було впізнати жанр; очікування не повинно порушуватися. Глядача не можна розчарувати. Через це сюжети в масових жанрах часто повторюються. Повторюваність – властивість міфу й у цьому глибинна спорідненість масової культури та елітарної, що орієнтується на архетипи колективного підсвідомого. Саме настанова на повторюваність стала причиною феномену серіалу: тимчасово "вмираюча" телереальність відроджується наступного дня.

Більшість дослідників вважають [3], що масова культура – це культура мас; культура, що призначена для споживання народом; це свідомість не народу, а комерційної індустрії культури. Вона не знає традицій, не має національної ідентичності, її смаки та ідеали змінюються згідно з потребами моди. Масова культура звертається до широкої аудиторії, вона пов'язана із засобами масової комунікації, апелює до спрощених смаків та низьких інстинктів, має маніпулятивний характер, але претендує на те, щоб бути народним мистецтвом. З усім цим в цілому можна погодитися, але слід зазначити, масова культура явище складне і детерміноване соціально-економічними умовами. Саме тому потрібно розглядати масову культуру в її специфічних межах і характеризувати її роль у процесі формування особистісної свідомості.

Сучасне суспільство не випадково називають "цивілізацією протезів", маючи на увазі, що надлишок різноманітної інформації травмує, понижує смислову чутливість. Звичайно, до цього причетна масова культура, оскільки вона є джерелом інформації. "Засмічуючи" свідомість, масова культура, тим не менш, вирішує завдання елементарного просвітництва. Серіал, детектив, бестселер стають енциклопедією сучасного життя, адже, крім безпосереднього сюжету, вони несуть знання про різні сфери людської діяльності. Це створює відчуття достовірності та підсилює ефект присутності. На думку Е. Милосердової "за допомогою набору стійких світоглядних кліше, що формують неявний кодекс світорозуміння та моделі поведінки, масова культура намагається утамувати природну людську тугу за ідеалом, занурює свого користувача в особливий міфологічний світ, який нерідко сприймається ним як більш реальний, ніж його власне буденне існування. Завдяки такій специфічній якості масової культури як тілесність, у творах складається апологія моменту, самоцінного відчуття життя, що оберігає людину від драм минулого та шоку майбутнього" [4].

Крім того, в умовах сучасної технократичної цивілізації масова культура впливає на психосоціальну поведінку людини, відволікаючи її від повсякденних проблем. Потік інформації, яким "завалюють" засоби масової інформації (ЗМІ), про катаклізми, терористичні акти тощо може призвести до трагічних наслідків. У цій ситуації повинно бути щось таке, щоб хоча б частково нейтралізувало неприємні відчуття від усвідомлення дійсних реалій сьогодення. Цю роль виконує масова культура, яка утверджує моральнісні цінності, вселяючи впевненість у перемозі добра над злом, становленні справедливості. Це може здаватися дивним, адже більшість дослідників докоряють масову культуру за аморальність і бездуховність, розглядаючи її з позицій моральних цінностей "високої культури".

Що саме з моральнісних позицій масова культура дає сучасній пересічній людині?

По-перше, доступність і зрозумілість образної сфери, змісту – це образи сучасного світу, проблеми та ситуації, про які неодноразово говорили ЗМІ. Продукція масової культури пропонує людині можливість успішної боротьби зі злочинністю, корупцією та іншими проблемами нашого часу. Сюжети багатьох фільмів, серіалів, романів будуються на різкому протиставленні добра і зла. Добро завжди бореться зі злом, і завжди перемагає.

По-друге, переважна більшість творів масової культури дотримується загальнолюдських норм. В образі зла зазвичай виступають різні злочинці, хвороби, проблеми на роботі тощо. Добро, навпаки, завжди асоціюється з людьми, наділеними високими моральними якостями, що вступають у боротьбу зі злом не тільки в силу своїх службових обов'язків, а й за власним покликанням. Традиційний щасливий фінал вселяє надію, що перемаже добро і справедливість, тобто – це своєрідний сеанс психотерапії. Неможливо жити у світі, який ненавидиш. Глядачу пропонують стійкі моделі соціальної поведінки, без яких життя втрачає опору ("стан аномії" Е. Дюркгейм). І саме в цьому криється одна з причин магнетичної сили цього виду культури.

Отже, потрібно проаналізувати серіал як найбільш популярний нині жанр масової культури.

Уперше серіали ("мильні опери") з'явилися в Америці в 30-х роках ХХ ст., спочатку вони були задумані як радіопередачі орієнтовані на домогосподарок. У них піднімалися цікаві жінкам проблеми, щоб змусити їх слухати радіо у той час, коли вони зайняті роботою по дому. Очевидно, що сюжети передач були запозичені з жіночих журналів, що мають певну схожість з "мильними операми" – регулярність і повторюваність. У журналах присутній набір постійних складників, які читачу добре знайомі та очікуються. Крім того, в них існують тематичні розділи, що орієнтовані на корисні поради та виховання. Усе це нагадує риси, відтворені в серіалах. "Мильні опери" отримали свою назву завдяки рекламодавцям, що купили час в ефірі для комерційних передач, які йшли до та після програми. До речі, компанія "Проктор енд Гембл", орієнтуючись на жіночу аудиторію, виступала не тільки рекламодавцем, а й спонсором радіотрансляцій, так на ім'я виробника мильного порошку стали називати цілий жанр. Таким чином, "мильні опери" як жанр виникли в результаті усвідомлення домашньої ізоляції жінки. Першою "мильною оперою" була радіопередача "Бетті і Боб" (1932 р.), а у 50-х роках вони перейшли на телебачення.

Мильна опера діє на аудиторію, вибудовуючи з нею особливі відносини, представляючи повільну послідовність драматичних подій, що відбуваються за рахунок вирішення повсякденних проблем за

допомогою пліток, визнань, здогадок, розголошення таємниць. Тобто з тими якостями, що суспільна свідомість зазвичай приписує жінці, саме ці риси заохочують жіночу аудиторію.

Тиражований таким чином образ жінки не є привабливим. Жінка – телеглядачка мильних опер, яку цікавлять деталі повсякденності, розглядається як найменш престижний телеглядач. Її життя вважається настільки порожнім, що його просто необхідно заповнювати ілюзіями ззовні, але не зважаючи на те, що ці передачі постійно осміюють, звинувачують у відсутності смаку, вони все одно дають задоволення жінкам, навіть, якщо їх перегляду суспільство не надає ніякої цінності.

Мильні опери стають темою для розмов; їх змістом можна поділитися з подругами, обговорювати, аналізувати, і тим самим створювати ілюзію соціальної активності. Можна навіть сказати, що вони збільшують роль і значення того, чим живе постійно жінка. Мильні опери не просто серйозно ставляться до їх проблем, а ще й пропонують широкий спектр їх вирішення, даючи аудиторії велику кількість жіночих біографій на будь-який смак.

Задоволення, яке можна отримати від перегляду мильних опер, чітко залежить від знання глядачами їх *конвенцій*. Мильну оперу можна визначити в аспекті *теленовели* та *серіалу*. Слід зауважити, що сьогодні дослідники намагаються розділити "мило" яке ще по інерції називають серіалом і власне серіал. Більшість дослідників вважає, що сучасне "мило" переживає не найкращі свої часи. Ініціативою заволоділи латиноамериканці. Фахівці зі США налагодили технологію виробництва "мила" в Бразилії ще наприкінці 40-х років ХХ ст., і звідти вона розповсюдилася по всій Південній Америці. У Північній Америці ця продукція називається "денна драма" (*daytime dramas*), що вже навіть за назвою виключає претензію на популярність та лідерство.

У *теленовелі* постійно присутній один і той самий герой (героїня) та набір персонажів, але в кожній серії розповідається своя історія, яка в кінці серії завершується. У *серіалі* оповідання безперервне і завершується тільки в останній серії. Серії потрібно дивитися одну за одною, адже послідовність створює уявлення про безперервний час. *Класична мильна опера* – це безкінечний серіал, який неможливо додивитися до кінця. У ньому розвивається велика кількість сюжетів (*storylines*), деякі закінчуються, деякі розпочинаються, але всі вони між собою пов'язані; там де завершується один, розпочинається інший. Фінальний розв'язок постійно відкладається, а глядачів за допомогою заплутаних сюжетів, повсякденних подій і часу серіалу, який співвідноситься з реальним часом глядача, змушують повірити в те, що майбуття незбагненне.

Наратив впливає на глядачів, підтримуючи напругу, змушуючи їх гадати, що буде далі. Попереду буде щасливий кінець, але після

численних зволікань і хибних ходів. Потрібно постійно підігрівати інтерес аудиторії. Цього можна досягти, змусивши глядачів постійно слідкувати за розвитком оповіді від однієї серії до іншої та обмірковувати їх. *Провисання* – засіб, що використовується для створення напруги між серіями, переривання оповіді в ключовий момент (*cliffhanger*) розставання з аудиторією, щоб вона могла розмірковувати над запитаннями, що залишилися без відповіді та в яких може бути декілька варіантів рішень. У цей час невідомо, як буде розвиватися наратив, а це спонукає глядачів будувати здогадки. Цей засіб використовується для того, щоб залучити аудиторію в оповідь. Він діє двома різними засобами, залежно від того, що стає відомим аудиторії. Глядачі перебувають у невіданні та намагаються розв'язати загадку своїми силами або їм дається певна інформація, і таким чином вони змушені "брати участь" у долі персонажа, бути свідками його особистої боротьби. Дія серіалу відбувається, головним чином, у даний момент, не відсилаючи дуже часто до минулого, щоб не віджахнути випадкового глядача, який менш обізнаний у сюжеті.

В основі успішної мильної опери лежить робота над образами та сюжетом фільму. Вони повинні бути, з одного боку, звичними і знайомими, а, з іншого – постійно підносити сюрпризи. Одні й ті самі типи повтворюються знову і знову, але кожного разу у новому вигляді, даючи інший результат, щоб не наскучити. Оскільки в мильній опері задіяно багато персонажів, то можливі різноманітні варіації. Серед них є люди різні за віком, які займають різні соціальні позиції та мають між собою різні відносини. Це дозволяє авторам створювати цілу низку сюжетних ліній. У центрі, зазвичай, знаходяться декілька знайомих глядачеві персонажів, а потім, через декілька серій, з'являються нові. Персонажі повинні бути зрозумілими навіть випадковому глядачеві, тому за одягом і голосом можна отримати уявлення про те, яку роль зіграє він або вона. Образ повинен визначатися швидко й точно. Отже, завданням авторів тексту є конструювання образів "типового" чиновника, бізнес-леді, бандита, підлітка тощо.

Зазвичай персонажі поділяються на три групи, на основі яких розвивається оповідання. "Індивідуалізований герой" має особливості, притаманні лише йому, і які нерідко використовуються для створення комічного ефекту. Постійним персонажам можуть бути властиві якості, що підкреслюють багатство їх характеру, але це постійний комплекс рис, що й відрізняє їхнього від інших. Носіїв "статусного положення" характеризують головним чином їхня стать, вік, наявність родини, клас, робота. Це положення обіграють для розгортання тієї чи іншої сюжетної лінії. Ці групи не є чимось постійним, незмінним та обов'язковим, але використання таких стереотипних ходів дозволяє створити "кістяк" оповідання і дає авторам велику свободу по відношенню до інших героїв. Саме підключення широкого спектру персонажів дозволяє добитися часткової ідентифікації глядачів. Вони мо-

жуть порівнювати себе з будь-якою характерною рисою персонажа, але одночасно вважати її неприйнятною для себе. Глядач може вагатися між двома героями, ідентифікуючи себе з особливостями обох.

Певні правила побудови історій, умовності, яким підкоряються персонажі упродовж фільму, разом формують безкінечний серіал. Мильні опери займають постійне місце в програмі телепередач, повторюючись день у день в один і той самий час. Спосіб організації часу в мильній опері може зробити її надзвичайно нудною, і щоб цього не допустити, весь простір серіалу має бути представлений таким чином, щоб сприймався глядачем як заспокійливий і дружній. Постійне географічне середовище сприяє відчуттю дома, і це є необхідним для закріплення неіснуючого світу, в якому розгортається оповідання.

Час у серіалі протікає паралельно реальному часу. Складається враження, що цей неіснуючий світ існує і тоді, коли глядачі за ним не спостерігають. Навіть визначні дати і свята згадуються в мильних операх, оскільки вони насправді існують в реальному світі (наприклад, Новий рік).

Важливою концепцією "мельної опери" є *плітки*. Плітки важливі у середині серіалу й за його межами. У серіалі вони використовуються для того, щоб створити відчуття буденності того, що відбувається. Плітки таким чином роз'яснюють вчинки та думки героїв, що виникають з певного приводу, висвітлюючи їх моральнісні позиції. Вони можуть також розповідати глядачеві про пропущені ним події, дати нову інформацію та повідомити про деталі. Це важливий і невід'ємний елемент дії та розгортання історій, оскільки дуже часто вони пов'язані з проблемою знання та незнання. Інформацію можна розголошувати, приховувати, випадково розкривати чи передавати натяками. Плітки змушують героїв будувати здогадки, тим самим підштовхуючи аудиторію до роздумів про те, що ж буде далі. Глядачів заохочують обговорювати мильні опери за межами фільму, розповідати про що йшлося в останніх серіях, ділитися інформацією та думками з цього приводу. Крім того, фільм здатен підняти актуальні проблеми, які аудиторія буде обговорювати в більш широкому контексті, відштовхуючись від сюжетної лінії мильної опери, як відправної точки.

Як вже зазначалося, завдяки поліваріативності персонажів, цей жанр "сприяє не обмеженій та пасивній ідентифікації, а скоріше активному залученню учасника"[5, с. 64]. Ідея пасивного поглинання телевізійних передач є продовженням тези про те, що інформація, яка передається телебаченням, перетравлюється без аналізу чи будь-якого іншого концептуального процесу. На справді, це не зовсім так, хоча спостерігаючи за глядачами під час перегляду серіалу, може здатися, що вони фізично інертні, отже й пасивні. Вчені стверджують, що

мислительна обробка отриманої інформації – це складний процес, і навіть тоді, коли людина в черговий раз вмикає телевізор, щоб розслабитися та відволіктися, вона продовжує слідкувати за сюжетом, персонажами та мотивами будь-яких, навіть найбезглуздіших передач. Отже, за словами Дейвіса "глядачі мильних опер – це не пасивні користувачі порожніх розваг, а активні учасники обговорення складних рольових моделей" [5, с. 69].

Процес перегляду серіалу глибоко індивідуальний. У ньому задіяні звички та смаки, притаманні конкретній людині. Навіть саме місце, де людина дивиться телевізор, люди, з якими вона це робить, здатні впливати на витлумачення побаченого. Емоції можуть підсилюватися, якщо глядач не один біля екрану, і люди, що знаходяться поруч, відчувають аналогічні почуття. На подальшу інтерпретацію впливає і причина перегляду передачі. Наприклад, якщо програму ввімкнув хтось інший, глядач може бути менш прихильним до її позитивного сприйняття, але якщо він сам вирішив подивитися фільм, то буде налаштований не настільки критично і стане уважно слідкувати за розвитком сюжетної лінії та поведінки героїв. Дуже важливим моментом є приналежність глядача до цільової аудиторії. Якщо людина дивиться передачу, що для неї не передбачалася, це може помітно вплинути на розуміння та інтерес до неї.

На пострадянському просторі серіали – порівняно нове явище. Радянському глядачеві були добре знайомі багатосерійні фільми (починаючи з "серіалу" 1960-х років "Викликаємо вогонь на себе"). Однак уявлення про серіал як особливий жанр склалося лише проникненням західної телепродукції на радянські екрани часів "перебудови". Про популярність першого такого досвіду ("Рабиня Ізаура") говорить той факт, що практично кожна доросла людина може сьогодні його згадати, а також час, коли його демонстрували по телебаченню. Крім цього в нашому лексиконі з'явилося чужорідне слово "фазенда", що в загальнонаціональному масштабі іронічно використовували по відношенню до традиційних шести соток дачі. Інший серіал-довгожител "Санта-Барбара" був також усім відомий. Нескінченна кількість серій призводила до того, що навіть завзяті глядачі періодично сходили з дистанції, але навіть пропустивши значну кількість серій можна було не хвилюватися. У найближчому оточенні завжди знаходилися люди, що змогли б переказати пропущене. Саме під час його демонстрації склалося фразу: "дожити до кінця серіалу" (подібне – дожити до перемоги), яку говорили старим і хворим людям.

Мелодраматичні, детективні, поліцейські, а також мультиплікаційні серіали південно- та латиноамериканського виробництва несли в собі великий запас нового, чужого культурного досвіду. Однак спроби зняти вітчизняний аналог не робилися досить довго (з різних

причин, які зараз автор не береться аналізувати). Згодом саме "свої" (мається на увазі пострадянський простір) серіали виявилися найбільш затребуваними. Очевидно, що глядачам цікавіше бачити не екзотичний досвід, а "себе", знайомі реалії нашого життя.

Із моменту появи вітчизняних серіалів вони безумовно змінилися. І це пов'язано з тим, що змінився сам соціокультурний контекст існування серіалів. Виробництво продукції масової культури – видання романів-бойовиків, зйомки масового кіно – були оцінені як високо-рентабельна сфера діяльності, в яку варто було вкладати гроші, а відтак і ставитися професійно.

Перші "наші" серіали розпочиналися з багатосерійних фільмів ("Тіні зникають опівдні", "Вічний поклик") під стандартний формат серії. Перші на пострадянському просторі російські недорогі "мильні опери" ("Дрібниці життя", "Історії із життя Горячева") несподівано виявили інтерес до них глядачів, і водночас викликали критику за низький художній рівень. Пізніше, у 1995–1997 рр. було зроблено кілька екранізацій творів популярної літератури XIX ст., романів О. Дюма "Графиня де Монсоро", В. Крестовського "Петербурзькі таємниці". Такий напрям виявився досить успішним. Не останню роль у цьому процесі зіграло те, що в радянському кінематографі існували напрацювання для подібних екранізацій (наприклад, "Три мушкетери"). Творці серіалів уявляли вже як повинен виглядати костюмний історичний фільм, а глядачі, що теж важливо, мали культурні навички перегляду подібного кіно.

Слід зазначити, оскільки текст серіалу орієнтований на звичне і тільки інтрига, несподіваний розвиток дії може частково напружити ситуацію, в цілому такий фільм переглядається з комфортом. У перших пострадянських серіалах про "нашу дійсність", герої діяли так, як умовні персонажі латиноамериканських серіалів. Тобто апелювали не до реального нашого життя, а до "життя як такого". Подібний буквализм презентував серіал не як конвенціональний жанр, а як міметичний. Це й понині присутнє в деяких сучасних вітчизняних "мильних операх", що утруднює їх сприйняття.

Із другої половини 90-х років XX ст. в Росії почалося масове створення серіальної продукції та формування серіального бізнесу. Виникли спеціалізовані компанії, подібні "Новому російському серіалу", що випустили "Ментів" (в дусі традицій радянського кінематографа, представленого "знатоками"), "Полювання на Попелюшку", "Чорного Ворона" та ін. Російські серіали стали сприйматися як серйозний аргумент у конкурентній боротьбі телеканалів за інтерес глядачів. Серіальне виробництво – це золота лихоманка, зазначає Є. Берштейн. Іще два-три роки будь-хто може наткнутися на жилу. У 2002 р. було знято 800 годин вітчизняних серіалів, у 2003 р. – 1200, але щорічна ємність телеринку оцінюється не менш, ніж 2100 годин [6, с. 15]. Потрібно зауважити стосовно вітчизняних серіалів, адже серіали, які

анонсуються як українські, тобто вироблені на власній матеріально-технічній базі із залученням наших акторів, не мають ніякого національного забарвлення і від російських їх відрізнити практично неможливо. Це в цілому характерно для масової культури. Через умови нашого економічного розвитку, українські серіали знімаються або за російські кошти, або як спільні з Росією проекти. Саме тому, при подальшому аналізі серіалів, апелюватимемо до серіалів пострадянського простору, незалежно від країни виробника.

Успіх серіалів спричинив зворотний рух – негайну публікацію "романів-рефератів" за мотивами фільмів, які щойно вийшли. При цьому сюжет ділиться на частини, кожна з яких є окремим товстим томом, що продається автономно.

Отже, на пострадянському просторі (в основному в Росії) вже знято значну кількість серіалів. Вони провокують розмови про якість. Часто їх критикують за низький художній рівень. Це апіорі, що серіал шедевром не може бути. Іноді запитують у відомих акторів, чому вони перестали зніматися, або знімаються дуже рідко, і відповідь зазвичай така: "Сьогодні дуже мало серйозного якісного кіно, а зніматися в серіалах – не поважати себе та зіграні в минулому ролі". Заради справедливості слід зазначити, що серіали на стільки суттєво можуть відрізнитися один від одного, що це очевидно навіть для нефахівця. Нині тільки неякісні серіали називають "мільними операми", що не зовсім коректно. Навіть самі творці серіалів говорять про них, користуючись термінологією успішності, а не якості. Стосовно продукції медіа-культури застосовують категорії економічної спроможності; в кінцевому рахунку, показник успішності серіалу – вартість реклами, яку замовники бажають розмістити в паузах між епізодами. У цьому сенсі вони цілком справляються з поставленим завданням. Однак більш точними є запитання: які "послання" передають наші серіали; якого роду реальність вони конструюють і чи змінюється ця реальність з часом.

Серіал орієнтований на виробництво соціальних образів і норм поведінки. Його можна розглядати і як навчальний посібник, що транслює правила життя, культурні установки. Невипадково, чим екзотичніше декорація (космічна станція або школа з відьмами та вампірами), тим більше вірогідність, що аудиторія уявляє набір стандартних соціальних ситуацій та правил їх вирішення. Це положення належить до теорії побудови серіалу, тобто претендує на універсальність. Однак як приклади легше наводити американські серіали, адже вітчизняні дуже часто порушують ці правила. В. Зверєва пояснює це тим, що існує "принципова неясність нашого соціуму та культури "самим собі"; тобто, виробникам фільмів та їх користувачам. Серед виробників картин відбувається інтуїтивне відгадування: яким глядачі готові та бажають бачити зображуваний світ?" [6, с. 17]. І хоча серіали

створюють під цільову аудиторію (для чоловіків, для жінок, для підлітків тощо), все ж залишається відкритим питання, чи існують насправді ті, чий "портрет" зображується в фільмах (тобто ті, хто порівнює себе із запропонованими групами настільки, щоб ідентифікувати себе з героями).

Яким же чином конструюється світ? У пострадянській культурі статус аксіоми отримала думка, що наш світ – це кримінальний світ, в якому дуже важко залишатися в безпеці, і одночасно практично не можливо не порушувати закон. Ця теза є провідною для багатьох серіалів. При цьому серіали, подібно ЗМІ, нормалізують те, що вони зображують, надаючи штучно створеній реальності статус природного порядку речей та навчають адаптуватися до цієї норми.

Як правило, зображується дві протилежні сили – міліція та кримінал. Світ міліції описується неоднозначно. З одного боку, утверджується думка, що міліція "продажна", що в ній працюють "перевертні", порівняно з якими "чесні бандити" виглядають привабливіше ("Бригада"). Хоча недовіра владі присутня і в багатьох західних фільмах, однак там, як правило, стверджується тріумф закону над криміналом. З іншого боку, йдеться про "народність" міліціонерів, їх батьківську суворість та поблажливість ("Вулиці розбитих ліхтарів", "Убивча сила"). Апеляція до закону виглядає не зовсім переконливо. Складається враження, що покарання, не дивлячись на посилення до карного кодексу, підкорюється скоріше логіці відновлення справедливості. Отже, "народність" серіалів підкреслюється ще й тим, що в більшості ситуацій головний критерій – "здоровий глузд" і буденні уявлення про правду. Це самий принцип дозволяє романтизувати і бандитів.

Багатство, кар'єрна успішність у серіалах не описуються як самодостатні. "Бізнес, як правило, пов'язують із кримінальним світом. Навіть тоді, коли цього зв'язку немає, глядачу показують, що "багаті теж плачуть" і заможність не приносить щастя. Отже, світ успішних і при цьому чесних людей не конструюється, як далекий від реальності" [7]. Картина реальності ускладнюється та урізноманітнюється за рахунок введення інших "типових" персонажів: "наївної провінціалки", "нечесного продюсера шоу-бізнесу", "спадкової відьми" та ін.

Останнім часом у масовій культурі намітився поворот у бік класичної літератури. Прикладом є постановка серіалу "Ідіот". Це, напевно, пов'язано з тим, що глядацька аудиторія "найбільш читаючої країни світу" має потребу співвідносити себе з високою культурою. Такі екранізації не соромно дивитися найвибагливішим глядачам, навіть якщо за жанром вони є серіалом. Статус класики знищує притаманний мильним операм присмак "низького" заняття. Щодо української класичної літератури, то вітчизняні фахівці дотримуються протилежних думок. Художній керівник компанії *Film ua* Ю. Мінзянов

вважає, що класичні твори XIX ст. такі, як "Повія" Панаса Мирного, "У неділю рано зілля копала" Марко Вовчок та інші заслуговують на екранізацію, оскільки в них добре відпрацьований сюжет, є характери, і вони не застарілі, тобто можуть бути цікавими сучасному глядачеві. Існує і протилежна точка зору. Письменник, телеведучий Ю. Макаров зазначає, що теоретично література може стати основою українського серіалу, фактично ж – ні, адже ми не маємо якісної жанрової літератури [8].

Отже, серіал як продукцію масової культури можна оцінювати негативно лише в тому разі, якщо розглядати його за критеріями елітарної культури, але продуктивнішим у науковому аспекті є ставлення до нього як до факту, що існує і дедалі набирає обертів. І як би не називали дослідники серіали (культурою розваг; культурою, що експлуатує вільний час), нині очевидно, що вони поступово підкоряють собі "страт високої культури", завойовуючи її простір. Правильно зазначає В. Подогора, що "висока культура руйнується, припиняє існувати як впливовий страт, не витримує пресингу з боку "низької", маргіналізується, опиняється у користуванні вузького кола знавців" [9, с. 320]. З іншого боку, "низька культура" постійно піднімає свою планку, реагуючи на вимоги користувачів різного соціального та інтелектуального рівнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Леш С. Соціологія постмодернізму / Скот Леш. — Львів : Кальварія, 2003.
2. Ритцер Д. Современные социологические теории / Джордж Ритцер. — 5-е изд. — СПб. : Питер, 2002.
3. Социология на пороге XXI века: основные направления исследований. — М. : Русаки, 1999.
4. Милосердова Е. Н. Культурологические аспекты современной массовой культуры в ценностно-нравственном эквиваленте / Е. Н. Милосердова // Аналитика культурологии : электронное научное издание. — Режим доступа к журн. : <http://www.analiculturolog.ru>.
5. Саффхил Л. Подростки-зрители мыльных опер / Л. Саффхил // Массовая культура: современные западные исследования. — М. : Фонд науч. исслед. "Прагматика культуры", 2005.
6. Зверева В. Телевизионные сериалы: made in Russia / В. Зверева // Критическая масса. — 2003. — № 3.
7. Дубин Б. Испытание на состоятельность к социологической поэтике русского романа-боевика / Б. Дубин // Слово-письмо-литература: очерки по социологии современной культуры. — М., 2001.
8. <http://old.telekritika.kiev.ua/question/>.
9. Подогора В. Культура и реальность. Заметки на полях / В. Подогора // Массовая культура: современные западные исследования. — М. : Фонд науч. исслед. "Прагматика культуры", 2005.