

УДК 316.774

РАЇСА ШУЛЬГА,

доктор філософських наук, провідний науковий співробітник відділу масових комунікацій та соціології культури Інституту соціології НАН України

Можливості реалізації смислового послання телепродукту

Анотація

У статті розглядаються можливості сучасного телебачення щодо формування смислового поля аудиторії. Визначається низка чинників, які зумовлюють суспільні очікування і вимоги щодо моральної, етичної наповненості телепродукту. Аналізується місце смислів у житті сучасної людини як за наявності рефлексії та саморефлексії, так і за відсутності їх, коли йдеться про буденну свідомість. Порівняно моделі функціонування телебачення за радянської доби і за років незалежності. Особливу увагу приділено, по-перше, реаліям, які визначають нинішній стан телемовлення, по-друге, можливостям реципієнта щодо власного керування процесом художнього споживання. Автор розкриває значення подієвості в стосунках людини і мистецтва та її вплив на формування смислових настанов в процесі споживання художнього твору, зокрема телепродукту.

Ключові слова: *особистісні смисли, базові смисли, моделі мистецтва, художнє споживання, подієвість, надмірність художніх пропозицій, процес сприйняття, структури повсякденності, масова культура, телесеріали, запінг*

Телебачення як воно є

Коли ми говоримо про телебачення, то одночасно маємо на увазі, що йдеться про впливову силу в сучасному суспільстві. Звідси відповідно і вимоги, і очікування. Однак сьогодні дедалі частіше на адресу засобів масової комунікації лунають докори щодо їхньої невідповідності надіям, які на них

поклало і покладе суспільство, особливо у сфері викорінення його, суспільства, вад.

Можна сказати, що нинішнє телебачення певною мірою виконує відому роль “хлопчика для прочуханки”, оскільки саме його звично оголошують відповідальним за всі негативні соціальні явища. Водночас у суспільній свідомості залишаються чинники очікування, уґрунтовані на повсюдно поширеній вірі в “чарівну силу мистецтва”, спроможність виправляти людські вади, пороки й задавати правильні життєві орієнтири. Оскільки саме життєві смисли є вершинною частиною орієнтування особи в соціальному просторі, то, природно, особливі сподівання пов’язують із можливостями телебачення пропонувати, задавати, формувати, коригувати особові смисли величезної аудиторії. Крім того, неявно, але вочевидь пульсує надія, що змінивши негативний вплив телебачення на позитивний, автоматично порозв’язуємо чимало проблем сучасного суспільства або ж просто їх ліквідуємо.

Не повторюватиму банальної істини, що всі винаходи людства завжди мали два боки і що, як правило, вони, вирішуючи одні проблеми, породжували безліч інших. У цьому випадку хочу лише звернути увагу на те, що у ставленні до телебачення і до його ролі в суспільстві, попри невблаганну реальність, що базується на економічній доцільності, все ж таки присутні віра та надія. Якраз ці складові і визначають неабиякою мірою уявлення про можливість телебачення як транслятора смислів.

Смисли як пріоритети

Серед пропонованих останніми десятиліттями розумінь смислу, суттєвим можна назвати визначення Ж.Дельоза, для якого смисл становить безтілесну, складну і не редуковану ні до чого сутність на поверхні речей [Делез, 1998: с. 38]. На мою думку, така “безтілесна сутність” дивним чином сполучається з розумінням сутності особистісних смислів, запропонованим відомим російським психологом О.Леонтьєвим, особливо з одним із його аспектів. Він говорить, що саме особистісні смисли і створюють пристрасність людської свідомості [Леонтьєв, 1975]. Ця пристрасність — вияв переживання як особливої значущості для особи і цієї ж безтілесної сутності. Взагалі здійснити спробу раціонального підходу до визначення, скажімо так, реальної значущості того чи іншого об’єкта, наділюваного смислом, більш ніж важко.

У просторі смислової проблематики можна навіть говорити про особливий вид ангажованості, коли для однієї людини надзначущим є те, що для іншої ніяк не вбудовується в параметри її цінностей. Ще один вид безтілесної сутності, де пристрасність є визначальною в особовому просторі, — це, зрозуміло, кохання. Причому пристрасність тут відіграє провідну роль. Адже відомо, що відповідь на питання: “За що ти любиш цю людину?” — може стати нелегкою справою. Ця “велика таїна” тисячоліттями поставала художньою тканиною мистецтва, була і наразі є одним із найпотужніших чинників його запитуваності та привабливості. Але, звичайно, не лише ко-

ханням живе людина. З не меншою підставою можна говорити про причетність мистецтва до втілення і трансляції таких складових духовного простору особи, як віра і надія. Разом із коханням вони становлять буттєві константи, що визначають модус існування людини в далеко не дружньому до неї світі. Напевно, я повторюсь, але ця сама безтілесна сутність помножена на пристрасність — психологічну емоційну ангажованість, додає людині силу найпотужнішої опори в житті.

Тут природно виникає проблема повноти буття. Її переживання, яке і є свідченням наявності повноти, неможливе без смислової наповненості. Втрату життєвих смислів часто переживають як особистісну трагедію. Обвалення життєвого світу відбувається внаслідок втрати смислу з різних причин — смерті близької людини, яка була центром цього світу, розчарування, що настало від усвідомлення ілюзорності віри у щось, або усвідомлення помилковості сповідуваних цінностей і ще безліч різних причин. Навколишнім не завжди зрозумілі сутність і ціна тих причин, що їх інша людина сприймає як життєву катастрофу, настільки вони можуть виглядати неістотним з погляду здорового глузду.

Поза сумнівом, наповненість життя людини не визначається лише однією сферою, де лише і концентрується смисл існування, хоча можливе й таке. Але слід говорити радше про наявність ієрархії особистісних смислів, тобто смислових порядків, які визначають пріоритети в моделях поведінки людини. У ситуації вибору якраз і виявляється значущість смислів для особи — якими з них вона здатна пожертвувати заради збереження можливості реалізації інших.

Якщо звернутися до проблеми рефлексії, тобто рівня усвідомлення особою власних смислів або ж необхідності пошуку їх, то відсутність рефлексії, як і нездатність вербалізувати наявні смисли, сформулювати їхній зміст, не означає їх відсутності. У повсякденній свідомості, як відомо, рефлексія, тим паче саморефлексія, зводиться до практичного і перевіреного досвідом “здорового глузду”. Тому пошук смислів навряд чи постає як одна зі складових життєдіяльності на цьому рівні.

Навіть якщо людина зі шкільної лави знає, що пошук смислу життя у вітчизняній культурі має особистісно-атрибутивний характер, що лише активна пошукова діяльність індивіда в цьому напрямі надає можливість визнавати його як культурного героя, або ж людину культури, це, втім, не означає, що у своєму житті людина керуватиметься цими знаннями як ціннісно-смисловою установкою. Адже в буденній свідомості наявність знання про предмет або явище ще не означає, що це знання автоматично стає елементом особистісної структури, а регулятивом діяльності людини й поготів.

Але якщо наявність смислів можна не усвідомлювати, то на рівні переживання інтенсивність їх, значущість у житті людини підтверджується незаперечно. Тому про смислову складову часто можна судити за емоційними реакціями, за характером відчуттів, які визначають ставлення до тих чи тих явищ, подій, фактів.

Формування смислів сьогодні

Зрозуміло, що значущість смислотвірного компонента в житті людини не заперечується, — байдуже, усвідомлена вона чи ні. Дослідників цікавить, які умови, чинники впливають на зміст смислів особи, які суспільні інститути найбільш ефективно формують їх ціннісну спрямованість. Нинішня соціокультурна ситуація, на відміну від тієї, що була в “минулому житті”, постає як складний багатоходовий і багаторівневий лабіринт. Хоча слід зазначити, що і тоді, зрештою, певної ясності з формуванням смислів не було, якщо лише бажане не видавали за дійсне.

Слід визнати, що у вивченні можливостей мистецтва в утворенні та трансляції смислів ми не можемо сьогодні опертися на велику частину теоретичних розробок радянської доби. Це ще більше вочевиднюється за нинішньої соціокультурної ситуації й системи економічних, політичних відносин, що породжують її. Сюди ж слід додати і новітні тенденції, які визначають процеси, що відбуваються у світі й безпосередньо впливають і на вітчизняний простір. Добре відомо, що весь багатоскладовий спектр соціальних проблем активно обговорюється і вивчається багатьма гуманітарними науками. Особливий інтерес для нас становлять дослідження, що містять аналіз змін, які відбуваються в житті сучасного суспільства, й окреслення вузла проблем, які визначають життя індивіда в усіх його проявах.

Тут показовими є праці Зигмунда Баумана останніх двох десятиліть, де він, зокрема, вказує, як на одну з найважливіших характеристик сучасності на втрату людиною певного, якщо не постійного, місця в суспільстві. На відміну від попередніх часів, за яких кінцевою метою зусиль людини завжди було досягнення як мінімум стабільності, свого становища в суспільстві, останній етап суспільного розвитку характерний тим, що основи соціального порядку — стабільність, сталість, кінцевість — були вимиті із життєвих стратегій. Реальність дедалі наполегливіше це підтверджує. “Перспектива отримання “стабільного притулку” наприкінці дороги відсутня, — пише З.Бауман, — бути в дорозі стало постійним способом життя індивідів, що не мають (тепер уже хронічно) свого сталого становища в суспільстві” [Бауман, 2004]. Нинішня ситуація стає досвідом, “який може скільки завгодно раз повторюватися в житті кожної людини, тоді як лише небагато статусів, а то й жодні виявляються досить надійними, аби варто було говорити про тривалі перебування в них” [Бауман, 2004].

Власне кажучи, положення теорії постмодернізму про те, що світ втратив фундамент, на якому вибудовувалася соціальна реальність, стали вже загальником (принаймні аби продемонструвати його, фундаменту, фіктивний характер, докладалися максимальні зусилля). Питання в іншому — як вижити людині у світі без керма і без вітрил? Я не схильна, як це роблять критики постмодерну, драматизувати ситуацію чи, понад те, характеризувати її як катастрофу вселенського масштабу. Людство впродовж своєї історії потрапляло у різні халепи і невтомно продовжує створювати собі нові пригоди. “Золоті” та інші століття благоденствуваль — не більш як мрії та вигад-

ки про бажане і належне, які ніколи не були втілені, але видаються за такі, що відбулися.

Проте різючі зміни, що відбулися і відбуваються в усіх сферах життя суспільства, далеко не завжди операціоналізуються та раціонально осмислюються на рівні повсякденної свідомості. Вони радше залишаються у просторі переживань — негативних, якщо новації сприймаються як дискомфорт, привнесений у спосіб життя, як вимушена необхідність пристосовуватися до нововведень, як відмова від звичного, зрозумілого; або позитивних, якщо розв'язання життєво важливих питань або задоволення потреб значно полегшується, якщо виникають нові можливості для розширення зв'язків зі світом, самореалізації тощо

Таким чином, нагадаю, що намагаюся розібратися із ситуацією смислотворення, місцем смислів у життєдіяльності особи в період, коли у світі відбуваються величезні зміни в усіх царинах буття, а теоретична думка прагне накинути на цей подієвий калейдоскоп напрацьовану останніми десятиліттями поняттєву мережу.

Я також хотіла би звернути увагу на те, що в дослідженнях стосунків особи зі світом слід враховувати і, напевно, не лише враховувати, а першою чергою виходити з того, що в процесі життя індивід, особливо в сучасний період, перебуває в багатовимірному світі. Відповідно, структури повсякденності зазнають дедалі більшого тиску від суми чинників, які виявляють себе в якісних змінах у способі життя, в ускладненні соціальних зв'язків, у розширенні життєвого простору. Окрім того, вже можна говорити про те, що впродовж життя однієї людини відбувається неодноразова зміна способів життя.

Але за всіх цих кардинальних змін у життєвих практиках слід пам'ятати, що лише в теоретичних дослідженнях можна провести чітке розмежування між одним періодом і тим, що приходить йому на зміну, між однією епохою й іншою. Насправді з появою нових чинників, практик, які привносять нові реалії в соціальне буття, в картину світу, весь напрацьований доти життєвий фундамент, соціальний досвід залишається. Він може визначати стосунки зі світом ще не одного покоління. Можна сказати, що наш співвітчизник живе одночасно в кількох епохах, хоча зазвичай сам про це не підозрює, тим паче не замислюється над цим. Структура особи як така залишається у своїй основі постійною величиною, яка забезпечує стійкість людини, можливість її самоідентифікації в мінливому соціальному просторі.

Сучасник бачить, що світ втрачає ціннісну основу, яка раніше задавала суспільно значиму планку для моделей поведінки. Ідеали як зразки для наслідування зняті сьогодні з порядку денного. Також зняті табу на публічність з усіх раніше сакралізованих культурою сфер. Світ перетворюється на простір гри, карнавалу. Все це улюблені теоретиками постмодернізму прикмети сучасного суспільства. Але реальність така, що обиватель як продукт вітчизняної системи освіти, що, своєю чергою, перебуває під впливом культурних зразків, оцінює всі ці зміни здебільше з позицій освіченого модерну (хоча сам цього не підозрює).

Часто він убачає у змінах чийось злу волю — влади, несумлінних виробників інтелектуального й художнього продукту, журналістів-запруданців,

ринкове свавілля і таке інше. У тому, що відбувається в публічному просторі, він бачить відхід від моральності, яку відтіснили на далекі соціальні задвірки. На передній план виходять естетизація насильства, спроби культивування матеріального успіху, зразки емоційної нечутливості до лиха ближнього. Ці проблеми, наївно вважає співвітчизник, можна виправити, якщо виробники духовного продукту нестимуть відповідальність перед співгромадянами, а в їхніх творіннях запанують гуманістичні цінності.

Додам також, що поряд із прикметами постмодерну, що визначають нинішню соціальну дійсність, із ціннісно-змістовою начинкою від модерну дієвими у вітчизняному просторі продовжують залишатися й установки традиційного суспільства. Вони вже неодноразово в історії випробовувалися на життестійкість, і слід сказати, що вектори соціального виживання, які задаються ними, напрацьований віками вибір життєвих стратегій, продовжують багато в чому визначати моделі поведінки українців.

Значення “подієвості” в контактах із мистецтвом

Можна зазначити, що місце, яке посідає сьогодні мистецтво в Україні, наближається за низкою параметрів до моделі західного світу. Мистецтво — це приватна справа художника і його, якщо такий є, працедавця. Виробник художнього продукту сам шукає замовника, спонсора, продюсера — загалом тих, хто дасть гроші на створення твору. Умови художнього виробництва змінилися кардинально, а от вимоги до творців, ставлення до мистецтва залишилися в суспільній свідомості незмінними. Корені багатьох суперечностей у цій сфері лежать у товщі минулого.

Уявлення про те, що мистецтво як першою чергою, так і останньою, — й інакше не може бути, — є впливовим, гідним довіри комунікатором, носієм вищих смислів — моральних передусім, обов’язково гуманістичних за наповненістю, поза сумнівом суспільно значущих — сформувалося за абсолютно інших історичних, культурних, соціальних, економічних реалій.

Ставлення до мистецтва, що побутує нині в нашій країні, підтверджує, що факт настання іншої епохи усвідомлюють далеко не всі і не завжди. Високий соціальний статус мистецтва “з тієї епохи” виявився дуже стійким до змін, навіть кардинальних, а потреба в його переосмисленні не виникала. Запиту від суспільства на постановку такого завдання не надходило, тому що ставлення до мистецтва як соціально значущого інституту всіх влаштовує, тим паче що давно вже набуло ритуального характеру.

Однак коли йдеться про проблеми продукування і трансляції смислів, то виходити потрібно не з очікувань і уявлень, уґрунтованих на культурних міфах, а з реального художнього масиву, що перебуває у споживанні. До того ж за відомими спробами розвести цей масив на мистецтво і “не мистецтво” часто відсутній скільки-небудь серйозний аналіз нинішніх умов функціонування мистецтва, а про критерії такого розведення годі й говорити.

Окрім наявності цілої низки чинників, що визначають нинішню специфіку цього функціонування, про які вже частково згадувалося, особливо важливим у контексті смислової проблематики видається розуміння зна-

чення такого явища, як подієвість, і його ролі у визначенні місця мистецтва в життєвому просторі особи.

Вочевидь подієвість можна розглядати насамперед як опозицію повсякденності. Чим більше певна подія відрізняється від тих, що становлять звичний, рутинний плін життя, чим виразніше відчувається дистанція між усталеним побутом і пропонованими ззовні обставинами, тим більше актуалізується діяльність, яку можна віднести до рефлексивної, коли задається новий кут зору на складові життєвого світу. Тобто відбувається робота реципієнта зі з'ясування для себе значущості вже наявних у особистісному арсеналі та визначальних для життєвих стратегій смислів, оскільки людина, вихоплена з перебігу повсякденності, дізнається про існування інших смислових світів. Відбувається наче “зважування” вже наявних смислів і тих, що відкриваються.

Я звертаю увагу на подієвість та її вплив на смислотворення тому, що багато століть зустріч із мистецтвом мала більшою чи меншою мірою саме подієвий характер. Відомий італійський культуролог і письменник Умберто Еко зазначає: “Скільки витворів мистецтва своєї власної цивілізації бачив французький громадянин аж до ХІХ століття? Доступ у приватні колекції та навіть у музеї мала лише еліта, причому в будь-якому разі еліта міська” [Еко, 2009].

До появи кінематографу вистава заїжджого театру в невеликому місті могла стати фактом біографії індивіда і не лише тому, що людина вперше в житті побачила підмостки і відкрила для себе світ театру, а й тому, що новий досвід переживань надавав можливість усвідомити неединість даного їй світу. Відкриття інших життєвих світів ставало на особовому рівні схожим на відкриття нових континентів і переживалося як екзистенційне потрясіння. Звісно, людина дещо знала про існування інших міст, сіл і навіть країн. Але те, що можуть існувати інші способи життя, моделі поведінки, міжособові стосунки, інше ціннісне наповнення їх — із цим наявні знання часто не пов'язувала.

Поза сумнівом, такі відкриття мають яскраво подієвий характер, оскільки постають певним дорожнім знаком, який ділить життєву дорогу на відрізки — до зустрічі з незвіданим і після. Тобто людина, перебуваючи в “остовпінні” (Еко), або ж потрясінні від дізнавання про нові грані світоустрою, ніби поверталася обличчям до власної повсякденності, на якийсь час виходячи з її потоку.

Звичайно, констатація У.Еко про ситуацію, що існувала до ХІХ століття (може, і в пізніші часи), не є особливим відкриттям. Для культурологів, соціологів мистецтва це вже досить узвичаєне положення. І втім, роздуми відомого італійського інтелектуала про зміни, які сталися і далі відбуваються у царині залучення до мистецтва представників різних класів і верств, становлять інтерес. Адже нині можливості реципієнта безпосередньо залучатися до досягнень практично всіх світових культур весь час розширюються.

Цікавим є підсумок всіх цих змін. “У будь-якому разі, — наголошує У.Еко, — на наш смак впливатиме той факт, що, здається, тепер уже неможливо пережити остовпіння (або нерозуміння) перед лицем незвіданого. У

світі завтрашнього дня незвіданим — якщо таке ще залишиться — буде лише те, що перебуває по той бік зірок” [Еко, 2009]. Фактично У.Еко говорить про зникнення чинника подієвості в нинішніх практиках залучення до мистецтва, в масштабах його споживання, вбачаючи в цьому ще одну прикмету глобалізації, що визначає сьогодні вектор світового розвитку.

Абсолютно очевидно, що зникнення із простору спілкування з художнім продуктом чинника подієвості змінює і ситуацію із смислотворенням. Впливовий потенціал мистецтва позбавляється однієї зі своїх значущих складових — викликати яскравий, інтенсивний емоційний відгук, що включає глибокі переживання, здатність актуалізувати, вивести з латентного стану всі рівні диспозиції особи — від потреб, установок, ціннісних орієнтацій до спрямованості діяльності особи. Сучасна людина за наявності нині можливості долучатися до мистецтва платить тим, що практично позбавлена щастя переживати потрясіння, або ж, як говорить Еко, остовпіння від зустрічі з мистецьким явищем, оскільки зник момент подієвості в самому факті зустрічі з твором, навіть якщо це шедевр світового рівня.

Те, що раніше переживали як радісне передчуття від майбутньої рідкісної можливості зустрічі із твором, внесеним до анналів світових культурних досягнень, сьогодні теж втратило свою вагомість, оскільки неміряна розтиражованість шедеврів знімає з них флер унікальності, обраності. Туристичний бум переводить таку зустріч з життєво подієвого рівня в ранг одного з пунктів насиченої програми відвідин країни, міста.

Але найвирішальнішим чинником, що знімає питання про подієвість при розгляді ситуації, що нині склалася в залученні та споживанні мистецтва, є те, що воно сьогодні стало частиною повсякденності. Єдине зусилля, яке потрібне реципієнтові, щоби стати слухачем, глядачем, а тепер і читачем, — це натиснути кнопку, і він може отримати практично будь-який бажаний для сприйняття продукт. Адже вперше за всю історію залучення до мистецтва споживач сам формує репертуар із творів, що становлять для нього інтерес, і цього ззовні ніхто не регламентує, тим паче не контролює.

Однак ще є окремі острівки, де зустрічі з твором очікують як події, але події, скажімо так, в межах повсякденності. Ітиметься про серіали. Хоча, звісно, тут теж відбулися певні зміни. Не можна порівняти інтерес, який викликали серіали наприкінці 1980-х — на початку 1990-х, з інтересом до тих, що їх демонструють на телеекранах тепер. По-перше, тоді їх дивилися якщо не всі поспіль, але переважна більшість населення, дружно співчуючи важкій долі рабині Ізаури, потім докладали неабияких зусиль, щоб, борони боже, не пропустити жодної серії з участю акторки Вероніки Кастро, тощо. З упевненістю можна стверджувати, що тоді ці та інші серіали в просторі глядацьких уподобань сприймалися як подія. Однією з причин набуття серіальною продукцією, попри її невелику художню цінність, статусу подієвості було те, що тоді серіали транслювалися за умов відсутності конкуренції. Певний час на екрані панував один серіал, тільки після його закінчення запускали в ефір наступний. Вибору у глядачів практично не було. Історія, так би мовити, одна на всіх, при цьому безпрограшна — про красуню героїню-попелюшку, яка таки знаходить свого принца.

Із часом відкривалися нові канали, закупівля і демонстрація серіалів пішла по висхідній. А згодом вже і вітчизняна телепродукція стала витісняти з екранів латиноамериканські пристрасті. Тож сьогодні навряд чи ті самі “Рабиня Ізаура” чи “Багаті теж плачуть” стали би значною подією для українського глядача. Вони б розчинилися у потоці серіалів-мелодрам, які нині вдосталь присутні на багатьох каналах. Отже, подієвість як явище у стосунках із мистецтвом витісняється ситуацією, що не має аналогів в історії споживання мистецтва, — це надмірність пропонованого художнього продукту. Хоч це кумедно виглядає щодо мистецтва, але маємо класичну ситуацію, відому зі сфери економіки, коли пропозиція перевищує попит. А це вже ніщо інше, як сутнісні прикмети масової культури.

І знову про масову культуру

Мушу констатувати, що негативна навантаженість цього поняття постійно відтворюється у вітчизняній гуманітарній думці. Початок такому ставленню поклали класики майже півтора століття тому. На слуху у багатьох рядки з поеми Некрасова “Кому на Русі жить хорошо”, який вже тоді мріяв, аби селяни “...не Блюхера и не милорда глупого, Белинского и Гоголя с базара принесли”. Оперативно на першу появу кінематографу в Росії відгукнувся М.Горький. Він уже 1896 року застерігав від можливостей згубного впливу нового, тоді ще лише ярмаркового атракціону, яке зведеться до демонстрації “Акуліни, яка виходить із ванни” [Соболев, 1961: с. 9–10].

У підґрунті звичного озвучування в наш час положень про згубні наслідки впливу масової культури містяться, як я неодноразово зазначала, спрощені уявлення про впливову дію мистецтва. Уявлення, що особа, що сприймає, — це така собі порожня посудина, яка чекає наповнення гуманістичними, етичними за змістом смислами, що визначатимуть надалі її життєві стратегії, не підтверджується соціальною практикою.

Художній простір у радянські часи, до того ж з опорою на всю систему освіти, ідеологічних закладів, як відомо, був стерильно чистим від насильства, жорстокості, аморальності тощо. Можна сказати, що декларований пафос визначався, хоч би як це зараз потрактувалося, втіленням гуманістичних за змістом цінностей, помножених на цінність служіння суспільним ідеалам. На цих цінностях виросло кілька поколінь. Багато років цінності радянського суспільства настійливо протиставляли антицінностям капіталізму, розкриваючи їхнє аморальне, антилюдське ество

Проте, як тепер виражаються, “лихі” дев’яності продемонстрували міру дієвості мистецтва як інструменту впровадження цих цінностей в розуми наших співвітчизників, їхню поведінку, вчинки. У відсутності стримувальних механізмів з боку держави, влади, за умов руйнування базових цінностей суспільства виявилось, що всі засуджувані раніше пороки — насильство, жорстокість, користолюбство, обман, пожадливість — стали домінувати у вітчизняному соціальному просторі.

Якщо розцінювати радянську добу як такий собі історично поставлений соціально-естетично-етичний експеримент, то ми отримали дуже переконливе підтвердження тому, що мистецтво, його вплив на людину ніяк не

укладається у примітивну схему: прочитав, побачив, почув — відповідно зробив, вчинив, змінив. Вплив мистецтва опосередкований багатьма чинниками і виявляється в різних сферах життєдіяльності неоднозначно. Ще важче визначити міру впливу художнього продукту на поведінкові структури. Можливо, є підстави говорити про певний вплив на ціннісну картину світу, на її смислове наповнення. Проте, незважаючи на зусилля дослідників, представників багатьох гуманітарних дисциплін, проблеми, пов'язані з процесом впливу і процесом сприйняття, і сьогодні далекі від розв'язання.

Однозначно можна стверджувати, що, по-перше, розуміння перебігу цих процесів дедалі більше ускладнюється зі змінами умов функціонування мистецтва і, по-друге, негативний вплив, про який зараз не говорить хіба що ледачий, досліджувати настільки ж складно, як і позитивний. Тому значна частка претензій і звинувачень, звернених до масової культури, важко доказові, якщо, звісно, відмовитися від спекулятивної риторики.

По-друге, за те, що мистецтво сьогодні існує у вигляді, який жодним чином не вкладається в уявлення про бажану ідеальну модель, ніхто персональної відповідальності не несе, і тим паче це не прояв чиєїсь злої волі. Масовізація художньої сфери — закономірний результат розвитку суспільства. Масова культура несе “відповідальність” за негаразди, що існують в соціумі, нарівні зі всіма його базовими інститутами. Хоча, звичайно, кожен з них має власну сферу відповідальності.

Отже, виходитиму з того, що поки не знайдено рецептів побудови досконалого для всіх його членів безпроблемного суспільства. Сьогоднішня ситуація у світі якраз свідчить про кризу уявлень про можливість побудови суспільства всезагального добробуту. Культура, особливо художня її складова, як відповідальна за продукування, артикулювання смислів, необхідних для легітимації ціннісної системи суспільства, для завдання векторів особистісних смислів, не може їх продукувати, так би мовити, в безповітряному соціальному просторі, довільно моделюючи його. У цьому вона може спиратися лише на наявні соціальні практики, зміст яких, своєю чергою, детермінований рівнем розвитку всієї системи суспільних відносин у конкретний історичний період.

Саме поняття “масова культура” має безліч тлумачень, але знову спинятися для розгляду її як явища не має сенсу, оскільки саме вона визначає сьогоднішній спосіб побутування мистецтва, виробництво його основного масиву. В моєму розумінні поняття “масова культура” позбавлене оцінного наповнення. Ідеться про форму побутування мистецтва в сучасній соціокультурній ситуації. Це закономірний результат розвитку художнього виробництва, яке є складовою і залежною частиною розвитку матеріального і духовного виробництва суспільства. І хоча результати цього розвитку не збіглися з проектами культурного будівництва, уґрунтованого на благих намірах, це не означає, що об'єктивно витворена реальність заслуговує на негативне, зверхнє ставлення, а не потребує серйозного всебічного аналізу.

Поза увагою багатьох дослідників, негативно, за визначенням, налаштованих щодо масової культури, залишається наявність потенціалу, який вона реально має. Тому залишаються не осмисленими належним чином її можливості у знятті психологічного дискомфорту, емоційної напруги, втоми, що

виникають в умовах соціальної нестабільності, непрогнозованості, незахищеності.

За відсутності інших захисних механізмів саме маскульт виконує найважливішу функцію психологічного “стояння” людини в умовах надшвидких змін, у “пливкому” [Бауман, s.a.] світі, позаяк пропонує моделі взаємин із цим світом, вказуючи дороги подолання страху і розгубленості перед новими, деколи вельми жорсткими реаліями дійсності.

Маскульт на передових рубежах смислотворення

Досить багато сказано про те, що масова культура — зовсім не однорідне явище. Це може стосуватися і художніх переваг творів, і способів віддзеркалення дійсності, ставлення до неї, і побудови бажаної реальності, і функцій, які вона виконує. Багатоликою є масова культура і в плані смислотворення і трансляції смислів.

Виходити треба з того, що смислотворення у маскультурі не є домінуючою функцією. Принаймні, передзаданості такої не спостерігається. Тут, звичайно, можна звернутися до постмодерністського дискурсу з його твердженням про переважання в житті сучасної людини ігрового начала, втрату історичності, фрагментацію життя. “Відсутність глибини, властива постсучасності, найнаочніше виявляється в мистецтві. Мистецтво постсучасності уникає складних тем, не схильне аналізувати характери і психологію своїх героїв. Переважають розважальні сюжети, де мигтіння зовнішніх подій, пригод, замінює розкриття глибоких проблем. За зовнішньою екстравагантністю і яскравістю більшості творів не ховається жодного смислу — точніше, їхній “смысл” без залишку уміщується в тому, що вони “показують”” [Бауман и др., s.a.].

Поза сумнівом, постмодерністський дискурс виносить на поверхню осмислення ті аспекти сучасного існування, які привносять у життя індивіда нові правила стосунків зі світом. Але постмодерністський дискурс, як, утім, і будь-який інший, не охоплює всього розмаїття зв'язків людини з дійсністю, тим паче не заторкує їхні глибинні засади. Попри всю епатажність постмодернізму, який, по суті, заперечує збереження в нинішніх умовах підвалин буття, попри по-справжньому революційні зміни, які вже сталися і далі відбуваються у структурах повсякденності, у способі життя обивателя, попри все це основи не розчинилися, не розсипалися на уламки.

Дані багатолітніх соціологічних досліджень у рамках моніторингу “Українське суспільство”, що його проводить Інститут соціології НАНУ, свідчать про те, що культурно-світоглядна матриця, покликана визначати зміст стосунків нашого співвітчизника з дійсністю, не зазнала особливих змін, як не змінилося в цілому і ядро екзистенційних смислів. Незмінними залишаються цінності-цілі, цінності-смысли, які визначають зміст існування більшості українців, — сім'я, матеріальний добробут, здоров'я, визнання в суспільстві, успіх.

Зазначу, що необхідна певна дослідницька рефлексія з приводу самого поняття “смысл”, операція з його десакралізації. Існує безліч досить громіздких теоретичних побудов і спекулятивного філософування, спираю-

чись на які неможливо вийти на контакт з реципієнтом при спробі з'ясувати його смислові устремління. Найчастіше реципієнт не може самостійно сформулювати смислову складову своєї життєдіяльності, оскільки упевнений, що це поле діяльності високих інтелектуалів. Реципієнт відчуває незручність за те, що він не відповідає високим вимогам інтелектуальної еліти, яка встановила як обов'язкову соціально-значиму вимогу до людини наявність рефлексії над смыслом свого існування. Відсутність такої рефлексії декларовано як несумісну із званням шанованого члена суспільства. Ще один приклад хибної легітимації у практиці інтелектуалів.

Зрозуміло, що уявлення про місце смислів в нашій культурі, десятиліттями формовані у суспільній свідомості, як про сферу сакрального, що не потребує підтвердження практикою, тим більш переосмислення, — всі ці уявлення даються взнаки у процесі соціологічних опитувань та інших емпіричних досліджень. Коли з теми смислів знімаються покрови квазібагатозначності, виявляється, що базові смисли присутні в житті практично кожної людини. Інша річ, що особистісні смисли, про які пише О.Леонт'єв і в межах яких саме пристрасністю визначається міра їхньої цінності в собі і для себе, деколи підпорядковують базові смисли при реалізації пріоритетного для особи смыслу.

Які смисли продукує сучасне мистецтво

Але якщо говорити про базові смисли, то в наш час плинності, фрагментарності вони якраз і є опорою, що дає змогу індивідові збирати для себе реальність в деяку цілісність, робить його життя якщо не осмисленим на філософському рівні, то принаймні з'ясовним. Є підстави стверджувати, що певні сегменти масової культури відіграють тут важливу роль. Вони становлять для обивателя цінність саме тому, що їхню сюжетну канву побудовано довкола ядра базових смислів. Фабула численних серіалів вишиковується як ланцюг випробувань для героїв, які борються за утвердження значущості, непорушності цих смислів. Чим більше серій, тим, зрозуміло, більш тернистий шлях героя до отримання перемоги в цій боротьбі. Набір пригод персонажів кочує від серіалу до серіалу. Він настільки очевидний, що навіть пересічний глядач сьогодні може перерахувати складові схеми, за якою вибудовується фабула і сюжетне наповнення багатьох серіалів.

Одна з провідних драматургічних конструкцій, довкола якої закручений сюжет, — це сім'я. Втрата міцності родинних зв'язків, зрада, обман зумовлюють довгий ланцюг подальших випробувань героїв. Вони актуалізують для персонажів необхідність осмислення і переосмислення всієї системи цінностей, життєвих цілей, способів їх досягнення. Екстремальні ситуації, в які потрапляє герой, загострюють розуміння істинності або помилковості обраних цінностей, оголюють сутність смислів, що раніше визначали їхні життєві стратегії. У це горнило потрапляють усі базові смисли. Глядач разом із персонажами зрештою переконується в непорушності загальнолюдських цінностей, що відображають універсальні вимоги моралі, людських стосунків і, звичайно ж, у непохитності базових смислів. Ураховуючи нинішній стан телемовлення, можна вважати, що саме серіали стають тими

острівцями, де ці смисли дістають утілення і дають можливість глядачеві, хай на короткий час, повтішатися спогляданням бажаного світу, де добро і справедливість перемагають.

Дані опитувань засвідчують стійку глядацьку прихильність до фільмів, телефільмів із прозорою, зрозумілою, близькою за життєвою значущістю смисловою наповненістю. Саме такими, як зазначалося, були фільми радянської доби. Дані опитувань засвідчують, що глядацька аудиторія відчуває потребу в них і зараз. У відповідь на запитання: “Які фільми Ви б хотіли дивитися, якби у Вас був вибір?” майже 64% респондентів назвали радянські фільми. Це опитування було проведено у 2003 році. Охочих дивитися радянське кіно дещо поменшало у 2007-му (57%), хоча й тоді ці фільми посідали перше місце у списку [Українське суспільство, 2003]. Уточню, що 2007 року запитання було поставлено дещо інакше. У респондентів спитали: “Які фільми і серіали Ви хотіли б дивитися по телебаченню, якби у Вас був вибір?” [Українське суспільство, 2007].

Звісно, для повноти картини треба знати, як розподілилася аудиторія за віком. У 2003 році ладних дивитися радянське кіно у віковій категорії до 30 років було 47,6%, у категорії від 30 до 54 років – 68,4%, у старшій – 68,8%. У 2007-му дещо поменшало охочих дивитися таке кіно в молодшій (36%) та в середній (59,2%) категоріях, а в старшій трохи побільшало (69,4%). Утім, навіть такі відсотки налаштованих на радянське кіно серед молодих, які не мають або незначною мірою мають власний досвід проживання в радянських реаліях, засвідчують привабливість ціннісно-світоглядних моделей, відтворених у фільмах тих років.

Якщо подивитися на жанрові преференції українських споживачів, то тут маємо досить стабільну картину вподобань. За даними моніторингу 2007 року лідирує комедія (60,4%), далі мелодрама, тобто ліричне кіно про кохання, сім'ю (44,4%). На третьому місці історичне кіно – про відомих особистостей, чи події минулого (майже 43%), а також детективи (40%). Я навмисне навела запитання з деталізацією позицій, щоб унаочнити причини вибору респондентами цих жанрів. Друга позиція картин про кохання, сім'ю засвідчує потяг до базових смислів, потребу в тому, щоби знову переконатися в неминущості їх. Художнє втілення історій життя відомих людей, перебігу подій минулого приваблює аудиторію можливістю порівняти їхнє смислове наповнення, їхню, сказати б, ефективність у розв'язанні буттєвісних проблем із подіями власного життя, зі смислами, якими керується індивід у процесі соціального виживання. Що ж до комедій, то стійкий потяг до них можна пояснити поряд з іншими вагомими моментами їхньою привабливістю, смисловою прозорістю драматургічних колізій.

Наведені дані щодо жанрових уподобань стосуються кіно і телефільмів, демонстрованих у кінотеатрах, по телебаченню, через відеопристрої.

Таким же чином ці вподобання стосуються і серіальної продукції. За незначними винятками, коли в одному серіалі присутні ознаки низки жанрів (прикладом може слугувати “Глухар”), серіали чітко виражені за жанром і представляють майже все жанрове розмаїття. Інша річ, що в кількісному плані жанри презентовані на екрані нерівномірно. Переважають радше детективи, бойовики. Часто вони поєднуються в одному серіалі. Достатньо та-

кож серіалів про кохання, сім'ю. Саме їхня кількість, можливо, й викликає критику у серіалофобів.

Але, як уже зазначалося, сьогодні йдеться про надмірність пропонованого художнього продукту. Нинішній глядач за всього бажання не в змозі подивитися всі серіали, трансльовані на численних каналах, часто в той самий час. Така надмірність зводить нанівець подієвість, а отже, й потенціал впливовості значно втрачається, причому як позитивний, так і негативний.

Я привертаю увагу до цього боку багатостраждальної серіальної теми, щоб увиразнити її ціннісне наповнення на тлі інших форматів, які заповнюють сучасний телепростір. А він неосяжний, і узвичаєна практика, коли з невеликою часовою перервою один і той же канал транслює передачі, які за ціннісним наповненням можуть належати до різних полюсів. Лише за один вечір на реципієнта звалюється величезний масив інформації, яка незрідка репрезентує різні погляди на одну подію чи явище соціального життя або ж на факти історії тощо. Найнаочнішою така ситуація є в разі численних ток-шоу, де в центрі уваги постають злободенні політичні події. Якщо враховувати нинішні соціально-економічні реалії, навряд чи можна сподіватися, що після перегляду таких передач з їхніми баталіями непримирених політичних ідеологічних противників глядач знайде душевний спокій, психологічний комфорт. Звісно, учасники передач такого формату головним чином налаштовані на завоювання будь-якою ціною прихильності аудиторії.

Але як неодноразово можна було спостерігати, присутня в студії аудиторія консолідується тільки тоді, коли промовець порушує нагальні проблеми соціального виживання, справедливого розподілу суспільних багатств і чітко розділяється у разі обстоювання цінностей — політичних, ідеологічних, культурних. (Найпоказовішими в цьому плані є політичні ток-шоу Савіка Шустера.) Тобто цінності, як би раніше сказали, надбудови роз'єднують людей, і це вносить дискомфорт у їхнє соціальне самопочуття.

Натомість передачі демонструють практично нульовий ефект спроб запрошених представників політичної еліти переконати аудиторію у своїй правоті, у намаганні задати їй нові ціннісні смисли, нові вектори в життєвих стратегіях. Але, як демонструють індикатори довіри, аудиторія в студії чітко розділяється на такі собі ангажовані групи підтримки, що позитивно реагують тільки на промови визнаваних ними лідерів, які утверджують вже сформовані в тієї чи іншої групи цінності, уявлення про смисли, їхнє змістове наповнення.

Знову ж таки, проблеми можливостей телебачення в продукуванні та трансляції смислів залишаються актуальними, хоча б тому, що є безліч тих, хто бажає використати їх у своїх інтересах. Хотілося б сказати, що найбільш соціально цюгливими тут є гуманітарії, фахівці-суспільствознавці, діячі культури та мистецтва, які продовжують розглядати свою діяльність як паспорську місію, поклавши на себе тягар відповідальності за духовне здоров'я нації. Але ж і вони сьогодні сповідують різні політичні й ідеологічні погляди і, пропонуючи своє змістове наповнення смислів, змагаються за уми і серця глядачів, аби спонукати їх до певних дій.

Відомий російський соціолог культури Данило Дондурей, аналізуючи ситуацію в російському телебаченні, вирізняє головні, на його думку, блоки мовлення. На першому місці — серіали, далі — новини і ток-шоу. Особливу заклопотаність викликає в автора ціннісне наповнення серіалів. Якщо я відзначала іманентність базових смислів для більшості серіальних жанрів, які визначають сутнісну сторону драматургії й розв'язання конфліктної ситуації, то Д.Дондурей особливу увагу звертає на трансльовані в серіалах “картини світу”. Він обурений тим, що найбільш споживаний в Росії телепродукт — серіали, на відміну від голлівудських фільмів, не виконує своєї місії впровадження у свідомість аудиторії цінностей сучасного світу — активності, ініціативності, мобільності, орієнтації на особистий успіх.

“У наших телефільмах, — пише Д.Дондурей, — нічого подібного просто немає. Немає культу активності, досягнення, творчого начала. Понад те, серіали, ток-шоу і кримінальні новини руйнують навіть ті уявлення про працю, творчість, особистий успіх, що склалися поза телевізійним впливом. Навпаки, глядачеві навіюють: якщо ти чогось досяг, у тебе це можуть відібрати будь-якої хвилини. На відміну від американського кіно, в наших серіалах відсутня опора на можливості правоохоронної системи” [Дондурей, 2003].

Видається, що в роздумах відомого соціолога виразно проглядається, по-перше, тенденція, яка десятиліттями, якщо не більше, визначала уявлення про призначення мистецтва, — аксіоматична упевненість у його соціальній місії. Причому така можливість реалізації суспільно значимого наповнення автоматично сприймалася як даність. Не даремно Д.Дондурей відзначає: “Серіали дивиться більш як половина населення країни, по рейтингах вони випереджають навіть новини. Тому пропонувані російськими серіалами “картини світу” легко засвоюються, впроваджуються у свідомість людей” [Дондурей, 2003].

Проте це ще проблема — чи так уже легко вони впроваджуються і засвоюються і чи є гарантією такого засвоєння факт перегляду фільму або ж телепродукту? Власне кажучи, це питання, яке виникає впродовж усієї історії мистецтва і визначає його статус як засобу дії на людину. Багато соціальних інститутів боролися за цей регулятивний ресурс. Але, нагадаю, цей ресурс, яким справді потенційно володіє мистецтво, по-перше, багатоманітний у способах і формах реалізації, і по-друге, у своїй реалізації залежить від безлічі чинників і тому в різних соціокультурних умовах модифікувався, якісно змінювався. Тому тут слід зазначити ще одну тенденцію, яка виразно проглядається в поглядах російського соціолога на вплив телепродукту. Він хоче бачити телепродукт із заданими ідеологічно наповненими, ціннісно зваженими смислами, такими смислами, які, на його думку, потрібні для російського глядача. У засвоєнні цих смислів він убачає запоруку успішного поступу своєї країни. Тобто йдеться про активізацію дієвості телевізійництва у продукуванні заданих бажаних смислів.

Така позиція шанованого соціолога наводить на певні роздуми. Але головне, що доцільність і тим паче ефективність перенесення моделей картин світу однієї культури на інший соціокультурний ґрунт викликає істотні сумніви. Як бути, наприклад, з цінностями, які закарбовані в скарбниці на-

родної культури — у казках. “Контент-аналіз російських народних казок, — пише Ф.Мінюшев, — довів, що на провідні місця у структурі якостей героїв казок вийшла доброта, розум, сміливість, відкритість душі. Це якісні цінності культури даної спільноти. Саме вони заважають “увійти” в повноцінне ринкове господарство. І тут наші реформатори економіки праві — добра людина обов’язково буде програвати в життєвій боротьбі за владу і власність” [Мінюшев, 2011: с. 4]. Напевно, і американський культ успішності, де в досягненні власної мети в стосунках між людьми “немає нічого особистого”, для більшості пересічних російських і, мабуть-таки, для українських громадян ще довго буде залишатися неприйнятним для власного вжитку.

Саме тому, можливо, більш зрозумілою й органічною для вітчизняної моделі досягнення поваги у ближнього, в суспільстві є не успішність будь-якою ціною, за рахунок негараздів інших, а здатність протистояти силі в усіх її проявах. Тому маємо численні серіали про “ментів”, “слідаків”, “МНСників” та багатьох інших представників правоохоронних органів, що успішно розплутують найстрашніші злочини, борців-одинаків, які йдуть до кінця у протистоянні зі злом тощо. Оскільки наші співвітчизники (і радше небезпідставно) вважають, що шалені гроші не можна заробити чесною працею, то і зло персоніфікують для них володарі цих багатств. Тобто тут можна говорити про складову культурно-світоглядної матриці, яка визначала на вітчизняному просторі ставлення до багатства не одне століття і зараз знов актуалізувалася. Нічого дивного в тому, що серіали відтворюють такі смисли, які сприймаються як культурноорганічні, зрозумілі.

Отже, можна припустити, що телепродукт сьогодні у своїй дієвості спрямований не стільки на продукування нових смислів, скільки значною мірою на трансляцію й утвердження дієвості культурно усталених смислів. Запитуваність такого мовлення підтверджується високими рейтингами серіалів.

Можливості ТБ

Досі я приділяла більше уваги бажаному в стосунках аудиторії з телепродуктами. Втім, реальні можливості впливу телебачення залишаються нерозкритими, особливо телебачення XXI століття. Тут взагалі незоране проблемне поле. Всі припущення про вплив телебачення на суспільні процеси, на глядачів ґрунтуються на добрих намірах тих, хто їх озвучує. Процес сприйняття художнього продукту, так само як і механізм його дієвості, залишається такою ж чорною скринькою, якою був завжди. Очевидно, що сьогодні складається нова, така, що не має аналогів в історії, модель спілкування з мистецтвом. Вона стала похідною від способу життя, що сформувався в результаті глобальних трансформацій у всіх сферах життя.

Сучасне телебачення — одна з головних складових цього способу життя. І це, можливо, найвагоміший аргумент стосовно того, що вплив і сприйняття телепродукту не можна розглядати, виходячи з засад поширених теоретичних уявлень про перебіг цих процесів. Хоча б тому, що одним з головних

механізмів, що забезпечують успішну реалізацію впливового потенціалу, завжди визнавали естетичний чинник, помножений на художню виразність.

Сучасному художньому продукту дружно відмовляють і в естетичній досконалості, і в художній виразності. Отже, виходячи з відсутності їх, так само дружно підозрюють у негативному впливі, ба й прямо інкримінують такий ефект. Зрозуміло, що справжній стан справ із впливом телебачення як транслятора смислів на вироблення життєвих стратегій особи та інші аспекти життя людини й суспільства вимагає детального і ґрунтовного дослідження. У цій статті я відзначу лише деякі моменти функціонування телебачення як транслятора смислів, утілених у художніх продуктах.

Слід зазначити, що досліджень у сфері можливостей ТБ як транслятора смислів украй бракує; потенціал його дієвості вивчений дуже мало. У праці “Психологія смислу” Д.Леонт'єв у розділі “Спрямована трансляція смислів: навчання і масова комунікація” якраз меншою мірою приділяє увагу специфіці впливу медійними засобами. Але деякі відзначені ним моменти дають певне уявлення про можливості й межі впливу ТБ на аудиторію. Зокрема, він наголошує, що однією зі специфічних особливостей СМК як трансляторів смислів є “відсутність апріорного включення джерела і змісту трансльованого повідомлення в контекст життєдіяльності аудиторії, тобто відсутність апріорної установки на цей зміст як на щось значиме або щонайменше корисне” [Леонт'єв, 1999: с. 409].

Видається, що це вельми важлива обставина, яку, втім, практично не враховують при обговоренні впливових можливостей ТБ і всіх складових процесу сприйняття й інтеріоризації пропонованих смислів.

Другий значущий момент — це довіра до комунікатора. “...Саме успішністю включення первинного носія змісту до сфери життєдіяльності аудиторії визначається ефективність внесення цього змісту до свідомості слухачів. Приклади, — пише Леонт'єв, — кожен може легко виявити в закономірностях ставлення аудиторії до засобів масової інформації: найбільшу довіру викликають повідомлення, що виходять від людей, сприйраних з боку аудиторії як “свої”, тобто тих, що живуть одним із нею життям” [Леонт'єв, 1999: с. 408].

Тобто слід брати до уваги, що сприйняття реципієнтом трансльованих смислів як можливих чи навіть дієвих орієнтирів у власній життєдіяльності можливе лише в разі наявності довіри до комунікатора, і не просто до телебачення як такого, а до конкретного джерела інформації. Це особливо важливий момент для уявлення про ТБ як транслятора смислів, оскільки далеко не все, що пропонувано на екрані, викликає в реципієнта довіру і сприймається як зразок для наслідування.

Сам процес сприйняття художнього твору становить чималу складність для дослідника, оскільки детермінований великою кількістю різнорівневих чинників, чимало з яких мають позаестетичну і позахудожню природу. Особливі труднощі для вивчення пов'язані зі сприйняттям телепередач. Д.Дондурей у своїх працях настійливо говорить про відсутність досліджень стосовно телевпливу.

Причину такого стану він убачає у свідомій відмові керівників ТБ спиратися на дані відповідних досліджень. Для вироблення стратегій роботи

каналу їм потрібна тільки інформація про рейтинг програм. Причина очевидна — високий рейтинг є запорукою комерційного успіху каналу. Окрім того, вже кілька років російський соціолог пред'являє рахунок телебаченню за те, що воно свідомо зняло з себе відповідальність за стан російського суспільства, оскільки не транслює загальнозначущі цінності та смислові установки, необхідні сьогодні для того, щоб відповідати викликам часу.

Не можна не погодитися із Д.Дондуреєм щодо надмірного насичення телепростору кримінальними сюжетами — як реальними, так і сконструйованими в численних телепродуктах. Але в його роздумах можна угледіти також інтенції, про які писав З.Бауман у праці “Законодавці та тлумачі: культура як ідеологія інтелектуалів”, а саме переконаність інтелектуала-гуманітарія у своїй місії повчати суспільство, помножена на впевненість, оперту на добрі наміри (див.: [Бауман, 2003]).

Та навіть якби припустити таку немислиму ситуацію, що вся сітка програм на всіх каналах телебачення, зміст усіх передач будуть побудовані за пропонованими рецептами “правильного” життя, і з телеекранів геть зникнуть насильство, жорстокість, показ статевих зносин, що виходить за рамки навіть не надто строгої моралі, й т. ін., то чи гарантує все це, що суспільство і кожен його член стануть не лише шанувати десять заповідей, а й, головне, керуватися ними у своїх вчинках, поведінці, діяльності.

Зі свого боку хочу відкинути будь-які докори в некритичному ставленні до змістової наповненості сучасного телеекрану. Поза сумнівом, я налаштована також досить критично, але водночас у своїх оцінках прагну уникати поспішних узагальнень, надто коли йдеться про проблеми впливу і сприйняття. Я приділила увагу думкам одного з найавторитетніших соціологів культури в Росії Д.Дондурея, аби ще раз акцентувати увагу на наявності неоднозначності у розв'язанні проблем, пов'язаних із трансляцією смислів на телебаченні.

Складність вивчення всього, що пов'язане із дією та сприйняттям мистецтва, переконливо доводить аналіз, зроблений Д.Леонтьєвим у вже згаданій раніше праці “Психологія смислу”. Примітно, що аналізу можливостей мистецтва в особистісному смислотворенні передує зауваження автора: “Необхідно одразу застерегти, що дія, про яку йтиметься, не впливає автоматично з будь-якого контакту людини з художнім твором. Ми обмежимо наш аналіз ідеальною моделлю повноцінного сприйняття особистістю твору, не розглядаючи спеціально умов, за яких таке сприйняття має місце насправді” [Леонтьєв, 1999: с. 256].

Як бачимо, вчений пропонує лише ідеальну модель сприйняття, оскільки розуміє, що при дослідженні реального сприйняття необхідно вивчати наявність в цьому процесі цілої низки умов і чинників, що визначають особливості його перебігу.

Але навіть за такого крайнього обмеження параметрів дослідницького завдання автор вказує на безліч труднощів у розумінні механізмів інтеріоризації трансльованих смислів. Адже саме в трансляції смислів і вбачає значна частина теоретиків одну із головних функцій мистецтва.

Утім, робота з вибудовування ідеальної моделі сприйняття не позбавляє Д.Леонтьєва необхідності постійних уточнень. Визначальним для нас є його

зауваження, вже наведене вище: контакт із твором автоматично не зумовлює дієвість його впливу. Звернімо ще раз на це увагу, оскільки й досі побутує впевненість, що будь-який контакт із мистецтвом обов'язково зумовлює його дію на особистість — як позитивну, так і негативну, що особливо тривожить громадськість. Другий момент, який теж є визначальним в ефективному здійсненні функції смислотрансляції, — це внутрішня готовність реципієнта до сприйняття й осмислення пропонованих з екрана смислів. Тобто ця ситуація передбачає, що суб'єкт сприйняття перебуває в активному пошуку смислів, особливо тих, що можуть лягти в основу його життєвих стратегій, допомогти розв'язувати питання екзистенційного порядку.

Але обов'язково треба враховувати, що цю готовність не можна розглядати як іманентну рису кожної людини і що до її відсутності треба ставитися без упередженості, як до досить поширеної практики у стосунках людини зі світом. Мабуть, тут доцільно нагадати, що наявність, так би мовити, “прямого” впливу на людину теоретики масової комунікації ставили під сумнів вже у 20–30-х роках ХХ століття. На підставі результатів емпіричних досліджень було запропоновано теорію селективної експозиції. Її розробники стверджують, що “аудиторію не можна вважати слухняною масою, що некритично сприймає будь-яку інформацію” (Лазарсфельд, Ласуел, Берельсон; див.: [Теории массовой коммуникации, s.a.]). Положення цієї теорії трохи згодом посилила теорія когнітивного дисонансу Фестингера, яка викликала неабиякий резонанс серед дослідників. Зокрема, Фестингер експериментальним шляхом обґрунтовував думку про те, що людина не сприймає інформацію, яка не відповідає вже сформованим у неї переконанням, оцінкам. Додам, що існують також інші близькі до цієї теорії, які зосереджують увагу на ролі реципієнта у процесі комунікації.

Отже, положення праці Д.Леонтьєва багато в чому підтверджують мої припущення щодо спроможності сучасного телебачення виступати як продуцент і транслятор смислів. Можна констатувати, зокрема, що процес транслявання смислів жорстко детермінований специфікою процесу сприйняття. Але це ще не остання позиція, яка сьогодні визначає можливості телебачення у просторі смислотворення. І знов тут на перше місце виходить реципієнт. Саме він за нинішніх умов функціонування телебачення значною мірою “керує” цим процесом. Сучасний телеглядач набув небачених раніше можливостей у своїх відносинах з екраном. Адже він володар кнопки, тобто пульта управління процесом перегляду. І можна скільки завгодно говорити про невибагливість його телеподобань, жахатися з приводу згубності впливу сцен насильства, жорстокості, бруталності. Але в себе вдома глядач сам обирає репертуар, і ніхто не в змозі його контролювати, тим паче щось забороняти.

Це реальність, з якою декому важко змиритися. Адже прагнення силоміць, хай і з кращими намірами, зробити пересічну людину щасливою, продовжує збуджувати уми вітчизняних інтелектуалів і не тільки. Та ситуація знов виходить з-під контролю. Тепер на заваді стає тотальне поширення новітніх технологій, що змінюють структури повсякденності. Десятки, ба й сотні телеканалів з передачами, які висвітлюють найрізноманітніші сфери життя і пропонують відповіді на будь-які дражливі питання, змінили

виміри повсякденності. Десятки тематичних каналів спроможні сьогодні задовольнити потреби та інтереси майже всіх категорій глядачів. І все це споживач отримує, не виходячи із дому.

Вимальовується і позиція щодо ситуації незадоволення змістом тих чи інших передач, а значить і трансльованими смислами. Таке ставлення, може, й виглядає занадто прямолінійно, але адекватно щодо нинішнього стану телемовлення і враховує можливості реципієнта керувати споживанням телепродукту. Формулюється така позиція вкрай лаконічно: “не подобається — не дивись”. Для підтвердження дієвості й поширеності цієї поради на практиці варто звернутися до власного досвіду. Адже важко підрахувати, скільки разів на вечір ми натискаємо кнопку пульта в пошуках цікавої для нас передачі.

Ідеться про так званий запінг — безперервне перемикання каналів, подеколи перетворюване на звичку. Це починалося як спосіб втечі від реклами. Нині запінг визначає картину вечірнього спілкування багатьох телеглядачів. Знов-таки згадаймо і про надлишковість як одну з головних прикмет нинішнього художнього споживання. Вибір пропонованих мистецьких (і не дуже) продуктів величезний. Іноді, перемикаючи канали, глядач не може зупинитись у своєму виборі. В результаті вечірнього перегляду володар “чарівної” кнопки отримує часто-густо калейдоскоп з уривків фільмів, різного роду шоу, порад про здоров’я, кулінарних рецептів і багато іншого. І тут знову ж таки чуємо бідкання споживачів — каналів безліч, а дивитися немає чого.

Але це вже тема іншого дослідження. Я тільки маю констатувати, що за умов, коли реципієнт обирає для перегляду передачі, керуючись тільки своїми уподобаннями, а отже, і смисловими установками, навряд чи можна сподіватися, що його зацікавлять передачі, в яких ціннісне наповнення не збігатиметься зі змістом цих установок. Але якщо глядач і приділятиме свій час їх перегляду, навряд чи це стане запорукою того, що він змінить свої життєві орієнтири.

Отже, при дослідженні можливостей телебачення як продуцента і транслятора смислів у центрі уваги мають опинитися умови реалізації цих можливостей, але ще більшою мірою, принаймні на нинішньому етапі, увагу слід приділяти сприймаючій стороні — споживачеві телепродукту. Адже саме від його готовності або ж неготовності сприймати пропоновані йому смисли та ціннісні установки залежить перебіг процесу спілкування і споживання художніх телетворів.

* * *

На завершення — кілька зауважень. Вочевидь, що у структурі свідомості смисли посідають чільне місце, оскільки визначають пріоритети в життєдіяльності особи. Інша річ, що цю пріоритетність, значущість людина не стільки рефлексує, раціонально осмислює, скільки переживає як вищу цінність.

Зрозуміло, що з боку панівних у суспільстві структур і можновладців завжди існувала спокуса впливати на зміст особистісних пріоритетів. І, як відомо, в мистецтві споконвіку убачали дієвий засіб, здатний ефективно

впливати на формування смислів. Я аж ніяк не заперечую значущості мистецтва, його величезну неминущу цінність як одного з найвагоміших явищ людської культури. Але якщо говорити про міфологемну складову проблеми щодо впливу художнього продукту на смислотворчість, то вона представлена вельми відчутно. Можливості мистецтва розглядають досить доволіно. На нього, зокрема, покладають функції “гувернера” суспільства, який суворо стежить за тим, аби поведінка його членів не відхилялася від заданих норм і правил, відповідала прийнятій ціннісній доктрині.

Але в турботі про суспільне здоров’я, як правило, випускали з уваги інший бік — суб’єкт сприйняття. Трансляція смислів у мистецтві завжди опосередкована двома процесами — процесом впливу і процесом сприйняття. Саме складність перебігу цих процесів, детермінованість їх низкою чинників та умов спонукає до обережності у твердженнях щодо визначальної ролі мистецтва у формуванні смислових установок людини. Отже, необхідно добре вивчити й визначити сукупність чинників, які насправді можуть сприяти процесу сприйняття й інтеріоризації смислів, утілених у творі.

Без розуміння цих і ще цілої низки інших проблем, які вишикуються довкола смислотворення у сфері функціонування мистецтва, неможливо підступитися до заявленої теми — можливостей сучасного телебачення як продуцента і транслятора сенсів. Зазначу, що розглядала переважно художню складову телемовлення — кіно й телефільми.

Необхідно враховувати сучасний стан проникнення мистецтва (а телебачення тут відіграє провідну роль) у повсякденне життя людини. Ця обставина також стає одним із визначальних чинників, що зумовлюють процес смислотрансляції. Я намагалася з’ясувати, в чому полягає специфіка сучасного телевпливу і телесприйняття, якою мірою можна покладати на телебачення відповідальність за процеси, особливо негативні, що відбуваються нині в суспільстві.

Завдання цього дослідження я бачила в тому, щоб, по-перше, позначити деякий розрив між теоретичними підходами, думками, що існують у суспільстві, поглядами й очікуваннями стосовно мистецтва, з одного боку, і реальними можливостями його функціонування як продуцента і транслятора смислів. По-друге, я мала намір показати складність і неоднозначність процесу трансляції смислів і інтеріоризації їх реципієнтом. Тобто було зроблено спробу окреслити контури проблемного кола, що оточує тему продукування і трансляції смислів засобами сучасного телемовлення.

Джерела

Бауман З. Законодатели и толкователи: культура как идеология интеллектуалов / З. Бауман // Неприкосновенный запас. — 2003. — № 1. — С. 11–27.

Бауман З. Идентичность в глобализирующемся мире [Электронный ресурс] / З. Бауман. — Режим доступа : <http://tovievich/ru/155/htm>.

Бауман З. Культурные черты постсовременной эпохи [Электронный ресурс] / [З. Бауман, Ф. Джеймисон, Ф. Лиотар, Ж. Бодрийар]. — Режим доступа : <http://yourlib.net/content/view/350/16/> (s.a.).

Делез Ж. Логика смысла / Делез Ж.; пер. с франц. — М.: Раритет; Екатеринбург: Деловая книга, 1998. — С. 38.

Дондурей Д. Язык глобализации и российское телевидение / Д. Дондурей // Космополис. — 2003. — Лето, № 2. — С. 4.

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / Леонтьев А.Н. — М., 1975. — С. 153.

Леонтьев Д.А. Психология смысла / Леонтьев Д.А. — М., 1999. — С. 409.

Минюшев Ф.И. Социальное отчуждение. Опыт нового прочтения / Ф.И. Минюшев // Социологические исследования. — 2011. — № 4. — С. 11.

Соболев Р. Люди и фильмы русского дореволюционного кино / Соболев Р. — М.: Искусство, 1961. — С. 9–10

Теории массовой коммуникации // [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://its-journalist.ru/Articles/teorii_massovoj_kommunikacii_chast_3.html.

Українське суспільство 1992–2003. Соціологічний моніторинг. — К., 2003.

Українське суспільство 1992–2007. Соціологічний моніторинг. — К., 2007.

Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг. — К., 2010.

Эко У. Искусство эпохи глобальной деревни “Le Monde” [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rus.ruvr.ru/2009/11/30/2455616.html>.