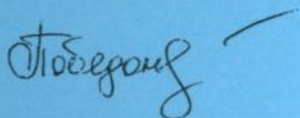


**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВОЗНАВСТВА, ФОЛЬКЛОРИСТИКИ
ТА ЕТНОЛОГІЇ ім. М.Т. РИЛЬСЬКОГО**

Победоносцева Ірина Євгенівна



УДК 008:070]:621.397(048)

**ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ДИСКУРС У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ
ПОСТМОДЕРНІЗМУ**

Спеціальність 17.00.04 – кіномистецтво. Телебачення

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства

Київ - 2005

3382



00761709 (U)

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі кінознавства Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого, Міністерство культури і мистецтв України.

54.197
491.43

Науковий керівник кандидат мистецтвознавства, доцент
Мусієнко Оксана Станіславівна,
Київський національний університет театру,
кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого,
завідувач кафедри кінознавства

Офіційні опоненти: доктор мистецтвознавства, професор
Горпенко Володимир Григорович,
Державна академія керівних кадрів
культури і мистецтв,
професор кафедри режисури

кандидат мистецтвознавства, доцент
Миленька Галина Дмитрівна,
Національний педагогічний університет
ім. М.П. Драгоманова,
доцент кафедри культурології

Провідна установа Національна музична академія України
ім. П.І.Чайковського, кафедра теорії
та історії культури, Міністерство культури
і мистецтв України, місто Київ

Захист відбудеться „___“ лютого 2005 р. о „___” годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.227.02 в Інституті мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т.Рильського НАН України за адресою: 01001, м.Київ, вул. Грушевського, 4.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т.Рильського НАН України (01001, м.Київ, вул. Грушевського, 4).

Автореферат розісланий „___“ січня 2005 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Степанова Г.П.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність та доцільність дослідження. Початок ХХІ століття стимулює бажання систематизувати і проаналізувати загальні тенденції розвитку культури ХХ століття, виокремити найпоказовіші прояви творчих пошуків, значення яких обумовлює подальший розвиток духовної культури людства. Серед проблем, що посідають важливе місце у структурі сучасного гуманітарного знання, – вплив на свідомість (індивідуальну і масову), спричинений стрімким розвитком медіа загалом і телебачення, зокрема. Питання про те, чи є телебачення мистецтвом, і досі залишається відкритим. Наукові (мистецтвознавчі, соціологічні, філософські тощо) дискусії щодо мистецького статусу телебачення не втрачають актуальності, визначаючи усе нові і нові теоретичні орієнтири на цьому шляху.

Переважаю телебачення детермінують засобом масової інформації, комунікації, мас-медіа, але безперечно, що воно є порівняно новою, а отже, не повністю усвідомленою сферою культурного виробництва, середовищем продукування численних образів самого буття. Телебачення, як засіб масової комунікації і галузь культурного виробництва, має свою історію – кілька десятиліть розвитку медіа-індустрії, що відбувався у тісному зв'язку із поступом суспільства (соціальним, економічним, політичним) та процесом культуротворення. Телебачення, що з'явилося як черговий науково-технічний винахід ХХ століття, протягом десятків років свого існування пройшло декілька бурхливих стадій розвитку, трансформувались наразі в особливу частину сучасної культури людства. Воно має ряд спільностей з кінематографом, що, зокрема, зумовлено їхньою аудіовізуальною природою. Насамперед – це міметичність, відтворення реальності власними виражальними засобами. Проте, кінематограф набував риси мистецтва, переборюючи свою міметичну природу, фотографічність, поступово формуючи систему власних виражальних засобів. Аналогічна ситуація простежується сьогодні в телевізійному просторі: з'ясовуючи свої стосунки з реальністю, відтворюючи та трансформуючи її, телебачення розвиває і вдосконалює власну мову. Спираючись на теорію З.Кракауера щодо двох основних напрямків розвитку кінематографа – “люм’єрівська і мельєсівська” тенденції, - дисертантка досліджує основні тенденції розвитку телебачення. Максимально життєподібний за своєю природою засіб масової комунікації, телебачення поступово перетворюється на провідного (відсунувши з цієї позиції навіть кінематограф) виробника мрій, ілюзій, образів, стереотипів, знаків, які, врешті-решт, втрачають референтний зв'язок з реальністю, створюючи нову телевізійну реальність, “симулятивну гіперреальність”, світ “симулякрів” (за визначенням Ж. Бодріара).

Нині телебачення є невід'ємною складовою людського існування – вже декілька поколінь було виховано за умов перманентної наявності медіа у

їхньому житті. Потужний вплив телебачення на глядацьку свідомість мільйонів – очевидний, проте не до кінця зрозумілими є наслідки цього впливу. Серед питань, які сьогодні постають перед представниками гуманітарних наук, – проблема тотального інформаційного тиску, що його багато в чому провокує і спричиняє телебачення.

У зв'язку з цим особливий інтерес викликають дослідження механізмів індивідуального і масового сприйняття телевізійної продукції; аналіз основних законів функціонування “телевізійного поля” (за визначенням П'єра Бурд'є); осмислення загальних тенденцій розвитку телебачення; пошук, дослідження і вивчення можливих регулятивних систем; привертання уваги представників наукових кіл, широкої громадськості і медіа-професіоналів до актуальних проблем, пов'язаних з феноменом телебачення. Все це сприятиме зменшенню негативного впливу медіа на загальну культурну ситуацію сьогодення і – в майбутньому – розвиненню та посиленню позитивних проявів телебачення.

Бурхливий розвиток українських медіа, на жаль, не має сьогодні цілком адекватного відбитку у сфері гуманітарного знання. Система теоретичного осмислення телевізійної практики лише формується. Хоча окремі дослідження особливостей розвитку телебачення здійснювалися вже неодноразово, що стимулювало вироблення різноманітних підходів і самобутніх точок зору, які сприяли створенню “стереоскопічного” погляду на проблему.

Аналізуючи проблему існування сучасних медіа загалом і телебачення, зокрема, в контексті глядацького сприйняття, дисертантка спирається на принцип комплексного підходу, використовуючи як досвід кінознавства, так і інших гуманітарних наук: філософії, психології, соціології, культурології тощо.

Це зумовило необхідність звернення до історико-філософської традиції дослідження процесу самоідентифікації особистості, яка бере свій початок від давньогрецької філософії, що зосереджувала увагу на осмисленні сенсу людського існування, законів всесвіту (Аристотель, Платон, Сократ, софісти) до сучасних філософських проектів постструктуралізму, деконструктивізму і постмодернізму (Р.Барт, Ж.Батай, Ф.Гваттарі та Ж.Дельоз, Ж.Деррида, Ж.-Ф.Ліотар та М.Фуко, представники Йельської школи тощо).

Важливим внеском у дослідження проблеми співвідношення людини і світу стали праці філософів-екзистенціалістів М.Бердяєва, М.Гайдеггера, А.Камю, Ж.-П.Сартра, Л.Шестова, К.Ясперса, що мали концептуальні перетини з теоретичними поглядами С.К'єркегора, Ф. Ніцше, раціо-віталізмом Х.Ортегі-і-Гассета. Проблема зв'язку та взаємовпливу культури і масової комунікації посідає важливе місце в наукових розробках теоретиків Франкфуртської школи, а саме: Т. Адорно, В. Беньяміна, Г. Маркузе та М.Хоркгаймера.

Розглядаючи проблему впливу медіа на глядачів, що призводить до тотального інформаційного тиску на особистість і, врешті-решт, до стану дезорієнтації сучасної людини, дисертантка спиралася на праці Ж.Бодрійяра, П.Бурд'є, П.Вірлію, Е. Гі Дебора, У.Еко, С.Жіжека, Д.Хоргана та Ф.Фукуями.

Специфічні особливості сучасного етапу існування вітчизняного телебачення, його орієнтація на західні (європейські та американські) моделі, усвідомлення основних механізмів його дії на глядачів-реципієнтів визначили необхідність більш детального звернення до бодірайівської теорії еволюції образу і концепції “симулякра” і “гіперреальності”. Проте витoki зазначених концепцій простежуються в працях В. Беньяміна та М. Маклюена.

Розглядаючи телебачення в контексті природної для аудіовізуального простору кіно і ТБ “первісної подвійності”, автор апелює до досвіду кінознавчої науки, покладаючись на ідеї представників французького авангарду, С. Ейзенштейна, теоретичні засади школи ФЕКСів та З. Кракауера. Важливим внеском в аналіз природи телебачення, його специфіки, перспектив подальшого розвитку й інтеграції до культурного простору стали роботи видатних кіномитців – Ж.-Л. Годара, П. Гринуєа, Ф. Фелліні та інших.

Дослідження дисертанткою особливостей психології сприйняття продукції сучасного ТБ обумовлене необхідністю звернення до праць Ж. Коен-Сіа, Е. Морена, Г. Мюнстенберга, присвячених аналізу сприйняття аудіовізуальних образів кінематографа і телебачення, до досвіду семіотиків, зокрема, робіт Ю. Лотмана.

У галузі українського та російського мистецтвознавства оригінальні моделі дослідження феномена телебачення та проблем глядацького сприйняття у контексті культурного простору останніх десятиліть ХХ століття були розроблені С. Безклубенком, І. Беляєвим, В. Бойком, Л. Большак, В. Вільчеком, В. Горпенком, Р. Льїним, Н. Капельгородською, В. Кісіним, Р. Копиловою, Ю. Косачем, Н. Лігачовою, І. Машенком, Ю. Морозовим, В. Саппаком, В. Скуратівським, М. Слободяном, С. Тримбачем, В. Чубасовим, а також представниками молодшої генерації українських кінознавців.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконувалася в контексті інтегрованої програми наукових досліджень кафедри кінознавства Київського державного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. Тема дисертації затверджена на засіданні вченої ради КДУТКТ імені І. К. Карпенка-Карого 24 лютого 1998 року (протокол № 7).

Мета і завдання дисертаційної роботи полягають у здійсненні мистецтвознавчого аналізу сучасного телебачення як специфічного чинника культури доби постмодернізму.

Реалізація поставленої **мети** визначила необхідність вирішення ряду конкретних **завдань**:

- окреслити місце і роль телебачення в культуротворчих процесах постмодернізму;
- з'ясувати основні тенденції розвитку сучасних медіа, застосовуючи концепцію “природної подвійності” телебачення як простору продукування аудіовізуальних образів;

- дослідити специфіку взаємодії між телебаченням і глядачем (індивідуумом і масовою аудиторією);
- розглянути основні механізми глядацького сприйняття сучасного телебачення;
- проаналізувати специфіку системи виражальних засобів сучасного телебачення.

Об'єктом дослідження є місце телебачення у контексті культурної парадигми ХХ століття.

Предметом дослідження виступає аналіз телевізійного дискурсу у культурному просторі постмодернізму.

Методологічна і теоретична основа дослідження. Аналіз проблеми телевізійного дискурсу у культурному просторі постмодернізму обумовив необхідність комплексного підходу і застосування принципу інтегративного аналізу: поєднання досвіду мистецтвознавства і робіт філософської, культурологічної, соціологічної, психологічної спрямованості. У дисертації широко використовуються **методи історичного моделювання, систематизації, узагальнення та перспективного прогнозування**, а також відповідні концептуальні орієнтири класичної і постмодерністської філософії та культурології.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що спираючись на принцип комплексного підходу і наукової інтеграції, автором відтворено динаміку розвитку телебачення від початкової стадії “віддзеркалення” реальності до сучасних формотворчих тенденцій у телевізійному просторі, які призводять до виникнення нової “телевізійної реальності” у свідомості глядачів.

Наукова новизна дисертації деталізується у таких *положеннях*, що вперше виносяться на *захист*:

- досліджено особливості глядацького (індивідуального і масового) сприйняття телевізійної продукції в контексті постмодерністського світосприйняття;
- розглянуто специфічні особливості сучасного телебачення (комерціалізація, дефіцит часу тощо) і проаналізовано принципи утримання глядацької уваги: кліповий монтаж, специфіка драматургічної побудови телевізійного повідомлення, “система зірок” на ТБ, деформації та дифузії телевізійних жанрів;
- оцінено місце і роль телебачення у сучасному суспільстві і проаналізовано проблему “інформаційного тиску” як рефлексію культуротворчих процесів доби постмодернізму;
- визначено основні напрямки розвитку сучасних медіа і показано, що “природна подвійність” телебачення робить його потужним чинником культури постмодернізму;
- осмислено специфічні особливості виражальних засобів сучасного телебачення і доведено доцільність широкого використання у понятійному

апараті мистецтвознавства ідей трансформації образу і концепції “симулякра” Ж.Бодрійара.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення і висновки дисертації сприятимуть подальшому дослідженню світового і українського медіа-простору в контексті загальнокультурних тенденцій і допоможуть запобігти можливим спробам маніпуляції масовою свідомістю. Висновки дисертаційної роботи стимулюватимуть мистецтвознавців і культурологів до подальшого пошуку, дослідження і вивчення можливих регулятивних систем у галузі телебачення. Все це слугуватиме зменшенню негативного впливу телебачення на сучасну культурну ситуацію і розвиненню його позитивних проявів. Одержані результати прискорюватимуть міжнауковий діалог та впливатимуть на його активізацію у сфері гуманітарного знання.

Матеріали дисертації можуть використовуватися при читанні курсів з теорії та історії культури, мистецтвознавства, у спецкурсах з естетики.

Апробація результатів дисертації здійснювалася шляхом оприлюднення основних положень і висновків дослідження у формі виступів та доповідей на 4 (чотирьох) науково-теоретичних конференціях, зокрема:

- III Всесвітній форум українців “У майбутнє – в ім’я України!”. - Київ, 2001 (серпень);

- Міжнародна науково-теоретична конференція “Духовна культура в інформаційному суспільстві”. – Харків, 2002 (січень);

- Перша щорічна Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених, дослідників українознавства „Минуле, сучасне й майбутнє українознавства”. – Київ, 2004 (червень);

- Науково-практична конференція „Мистецька освіта в Україні в умовах інтеграції в європейський художній простір”. – Київ, 2004 (червень).

Публікації. Основні положення і висновки дисертації відображені у 9 (дев’яти) одноосібних публікаціях, 6 (шість) із них надруковані у виданнях, затверджених рішенням ВАК України як фахові з мистецтвознавства.

Структура дисертації визначена логікою розкриття заявленої теми. Робота складається з вступу, трьох розділів, дванадцяти підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел із 160 найменувань. Її повний обсяг – 198 сторінок (187 сторінок – основна частина).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовуються актуальність і доцільність дослідження, визначаються об’єкт і предмет, мета та завдання дисертації, теоретична та методологічна основа роботи, формулюються наукова новизна та положення,

що виносяться на захист, розкриваються практичне значення та логічна структура викладу матеріалу.

У *першому розділі* – “Індивідуальний розвиток особистості і культурний досвід людства: проблема співвідношення”, – що складається з двох підрозділів, розглядається сучасний інформаційно-культурний простір, у межах якого протягом останніх десятиліть виник і сформувався проєкт постмодернізму. Йдеться про принципово нову диспропорцію: між людством як сукупним виробником інформації і окремим індивідом як її споживачем і користувачем, тобто, між розвитком людської індивідуальності, обмеженої біологічним віком, і соціально-технологічним розвитком людства, для якого досі не існує межі у часі. Невпинний розвиток НТП призводить до ситуації, коли на особистість тисне все зростаючий тягар знань і вражень, накопичених попереднім досвідом людства, які вона не здатна цілком осмислити й усвідомити у всій повноті. Власне, йдеться про тотальний процес інформаційного відставання людини від людства. Звідси – “проблема відчуження”, поставлена XIX століттям, і проблема “втрати реальності”, сформульована XX століттям. XIX століття ще зберігало парадигму “реальної дійсності”, тобто сукупно накопиченої праці людства, яка, незважаючи на перетворення у форму приватної власності, революційним шляхом може бути повернена людині (йдеться про марксистську теорію відчуження). В екзистенціалізмі початку – середини XX століття розрив людини з людством набуває етико-психологічних обрисів – як тотальна самотність індивіда, неможливість спілкування, безглуздість буття, криза “сутнісної, родової” основи особистості. Нарешті, постмодернізм наприкінці XX століття знімає проблему відчуження тим, що ставить під сумнів саме існування реальності. Теоретики кінця XX століття все активніше твердять про гальмування розвитку цивілізації, час від часу оголошується “кінець історії” (Ф.Фукуяма), “кінець науки” (П.Вірілію, Е. Гі Дебор), “кінець пізнання” (Д.Хорган), хоча ідеї щодо “присмерку Європи” з’являються ще на початку XX століття (О.Шпенглер).

У *підрозділі 1.1.* “Інформаційна травма” як теоретичне підґрунтя культури постмодерну” розглядається теорія “травми”, що є однією із базових концепцій гуманітарного знання останніх десятиліть.

Індивід поступово відчуває неспроможність повноцінно співвідноситися із сучасним інформаційно перенасиченим середовищем, і це має для нього травмуючий ефект: досвід стає для індивіда травматичним. У. Еко у своїй хрестоматійній статті “Від Інтернету до Гутенберга” наголошував, що проблемою нового суспільства є надмірність інформації і неможливість вибирати і відбирати. Зір і слух беруть на себе тягар, що його не витримують мозок і серце. Внаслідок спрощення доступу до інформаційних магістралей прогрес не лише наздоганяє людину, а й проходить крізь неї і залишає, накопичує в ній супутні порушення – візуальні, соціальні, психомоторні, афективні, інтелектуальні.

Цей “травматизм”, викликаний зростаючою диспропорцією між людиною, чій можливості біологічно обмежені, і людством, що не обмежене у своїй техно-інформаційній експансії, призводить до виникнення постмодернової “чуттєвості” – ніби загальмованого, індиферентного ставлення до довкілля. Таке світосприйняття стає захисною реакцією індивіда на інформаційний та інтелектуальний пресинг, який він відчуває щодня. Індивід доби постмодернізму відкритий до всього, але сприймає це як знакову поверхню, не прагнучи зануритися у глибину речей, у саме значення знаків. Постмодернізм – культура “легких і швидких дотиків”, на відміну від модернізму, у контексті якого домінувала метода “буріння”, “розривання” знакової поверхні і “занурення” усередину. Тому категорія реальності в контексті постмодернізму відкидається, оскільки вона припускає існування різниці між реальністю і образом у будь-якій знаковій системі. Постмодерністська культура наснажується “симулякрами” (за визначенням Ж.Бодрійара), “відбитками” того, що означає, і сприймає їх такими, якими вони є, не намагаючись з’ясувати і осмислити те, що означається. Власне, йдеться про значне послаблення, чи навіть втрату референтного зв’язку між тим, що означає, і тим, що означається – між знаком і дійсністю. За таким сприйняттям стоїть травматичний досвід, результатом якого і постає знижена смислова чутливість.

Процес “травмування” людської свідомості триває і сьогодні під впливом масових засобів комунікації, насамперед – телебачення, зростаючий тиск яких паралізував здатність до адекватного сприйняття дійсності вже декількох поколінь. Сьогодні ця проблема актуалізована і в Україні, адже протягом останніх років розвиток вітчизняного телебачення (насамперед, недержавних, комерційних каналів) позначений орієнтацією на апробовані зразки західного (європейського та американського) ТБ. Постмодернові образи “стоять перед очима і вухами” як залишкові сліди надлишкового тиску інформації на органи чуттів, що її безперервно розповсюджують медіа взагалі і телебачення, зокрема. Телебачення сотнями каналів і тисячами щоденних передач “бомбардує” свідомість глядача – масову й індивідуальну. Саме тому нові покоління, виховані у “глобальному селищі” телевізійного простору (за визначенням М.Маклюена), так легко й охоче засвоюють постмодерністичну концепцію, підгрунття якої підготовлене інформаційним “вибухом”. Людина, котра проводить майже третину життя біля телевізора у безперервному блуканні від програми до програми, чи то біля ПК у плаванні хвилями Інтернету, здатна адекватно сприймати лише миготіння знаків, оскільки їхній зв’язок з тим, що вони означають, передбачає більш глибоке занурення у сферу знаку. “Деконструкція”, “ланцюги означаючих”, “гра означаючих”, “симулякри”, “гіперреальність” та інші терміни постструктуралізму віддзеркалюють травмування свідомості, яку захоплено інформаційним виром і вирвано з семіотичної осі “означаюче – те, що означається”. Звісно, постмодернізм не

пориває з реальністю взагалі і не руйнує будь-який референтний зв'язок з нею. Однак референція (віддзеркалення) наразі відбувається “від зворотного” – не як пряма репрезентація реальності (реалізм) і не як автопрезентація суб'єкта, який говорить про неї (модернізм), а саме як неможливість репрезентації.

З теорії травми можна винести важливі підсумки для теорії пізнання взагалі, а також для розуміння генезису культури. Факт, усвідомлений і артикульований ще Імануїлом Кантом, – те, що ми не можемо безпосередньо приймати “речі-в-собі”, реальність “як вона є” – свідчить про саму сутність цієї “справжньої”, “первісної” реальності, яка сьогодні осліплює і оглушує індивіда.

У підрозділі 1.2. “Медіа як чинник культури постмодернізму” автором простежується і аналізується зв'язок телебачення із загальною культурною ситуацією сьогодення. Дисертантка наголошує, що медіа загалом і телебачення, зокрема, з одного боку, спровокували бурхливий розвиток постмодернізму, з іншого – були детерміновані ним. Поняття постмодернізму багатозначне, але дисертантка використовує його не тільки для визначення своєрідного напрямку в сучасному мистецтві, але й для характеристики певних тенденцій у сучасному суспільстві, його світосприйнятті, способі життя. Інтерес автора дослідження зорієнтований на спрямованість постмодернізму, яка корелює певні новації в медіа-просторі, що з'являються внаслідок змін у суспільному (культурному, політичному, економічному) житті. Провідна характеристика постмодернізму – втрата “метанаративами” (наріжними ідеями людства – ідеями прогресу, розвитку і самовдосконалення особистості тощо) своєї легітимної сили. Замість “метанаративів” множина “мікронаративів” визначає наше повсякденне буття. Постмодернізм означає плюралізм, оскільки світ сучасної культури розрісся до такої поліфонії, яку неможливо звести до єдиного знаменника. Постмодернізм орієнтує сучасну культуру на принцип “попури”, колажність, різноманітність, “змішання всього і всіх”. Ці контентно-естетичні засади активно використовуються в практиці сучасного телебачення. Колажність є однією із характеристик природної сутності сучасних медіа. Поєднуючи у собі різноманітні елементи і матеріали, чи то – як на телебаченні – твори мистецтва (кінофільми, музичні твори і т.ін.) і реальні події (новини), колаж залишається “репрезентативним” і, водночас, пориває зі штучним ілюзіонізмом, притаманним традиційному реалізму. Він постає новим і оригінальним засобом взаємодії між художньою експресією і досвідом повсякденного життя. З виникненням практики колажу (у ХХ столітті цю техніку у мистецтво ввели футуристи і сюрреалісти) було зроблено новий крок у напрямку зближення мистецтва і життя, перетворення їх на одночасне переживання. Революція в репрезентації трансформувала візуальні мистецтва. Телебачення є типовою моделлю репрезентації, яку можна описати в термінах колажного принципу, де реальність використана як елемент дискурсу.

Дослідники постмодернізму активно аналізують проблему руйнації меж границь між елітарною і масовою культурами, між реальним і ірреальним, які

були характерними для модерністського мистецтва. Митець у концепції постмодернізму постає свого роду “подвійним агентом”, оскільки має відтворювати у своїй творчості зв'язок дійсності і міфу, має відповідати однаково і елітарному, і масовому смакам. Така “подвійність” у відтворенні життя телевізійними засобами, ставка на природну документальність і, водночас, на підкреслену штучність, вигадку, фантазію зумовлюють основний напрямок розвитку сучасного телебачення. Ця ідея “подвійності” самої природи телебачення безпосередньо корелюється з теорією З. Кракауера, який визначив в історії розвитку кінематографа “лінію Льюм'єра” (“довіра до фізичної реальності”) і “лінію Мельєса” (формотворчість).

Орієнтація на упізнавання, повторюваність, багатозаровість сприйняття постає ще однією принциповою ознакою телебачення, характерною для культури доби постмодернізму загалом.

Дисертантка виокремлює основні принципи постмодернізму, які так само є принциповими для описання сучасного стану медіа: невизначеність; плюралізм і радикальний еkleктизм; фрагментарність; пародійне і ностальгійне сприйняття історичного континууму, відмова від канонів; інтертекстуальність; подвійне кодування, грайливість, використання іронії, багатозначності і протиріччя; мультивалентність; карнавалізація; інтерактивність. Постмодернізмом є стиль пародійного, іронічного використання традиції, яка водночас є і наявною, і відсутньою. Згідно з концепцією постмодернізму будь-яке подія ухиляється від репрезентації – не підлягає однозначному схопленню у поняттях і образах, залишаючись принципово невизначеною. Будь-яке телевізійне зображення тепер не стільки відбиває подію, скільки відсилає до того, що не можна зобразити. Сучасне телебачення більше не “поставляє” реальність згідно з постмодерністською концепцією, а лише пропонує натяки на ті уявлення, які не можуть бути представленими. Сучасність розгортається в ухиленні від реального.

У *другому розділі* “Особливості глядацького сприйняття медіа-повідомлення: індивід і маса”, який складається з трьох підрозділів, розбирається проблема трансформації людської свідомості під впливом сучасних медіа. Натуралізм і наочність, образність і символіка, фрагментарність і надмірність телебачення орієнтують глядачів на особливе сприйняття світу – позбавлене цілісності, фрагментарне, колажне, де зникає межа поміж дійсністю, минулим і майбутнім, зникає сенс будь-яких дій і оцінок. Світосприйняття постмодернізму знайшло своє найбільш адекватне відтворення на телебаченні.

Телебачення присутнє в житті будь-якої сучасної людини самим фактом наявності телевізора вдома. На гребені НТП, покликаною зробити навколишнє середовище максимально комфортним для людської життєдіяльності, ТВ втрутилося у приватну, найінтимнішу зону людського буття, заповнивши розум і почуття мільйонів. Звідси впливає актуалізована останнім часом

загроза з боку медіа щодо маніпуляції масовою свідомістю. Будь-яка маніпуляція – це взаємодія. Жертвою маніпуляції особистість стає лише за умов, коли під впливом отриманих сигналів вона некритично переглядає власні принципи, міркування, а іноді і відмовляється від них. Особиста відповідальність індивідуума полягає, передовсім, в усвідомленому оформленні власного життя. Проте, як свідчить антропологія, не індивідуальна поміркованість, а масові навіювання і гіпноз стали першоосновою буденної свідомості сучасної людини. Телебачення водночас орієнтоване на кожного із реципієнтів і на масу, тобто здатне занурювати особистість у певні “зони загальних смислів”.

У підрозділі 2.1. “Механізми індивідуального сприйняття аудіовізуального повідомлення” дисертантка, ґрунтуючись на хрестоматійних ідеях представників гештальт-психології, зокрема Гуго Мюнстенберга, медіатеорії “глобального селища” Маршала Маклюєна, концепції Умберто Еко щодо проблем “електронного суспільства”, ідеях Жана-Люка Годара, доходить висновку, що споживання телевізійного повідомлення водночас є як колективним, так і індивідуальним – в чому і полягає його сутність. Проблема, яку розглядає автор, пояснюється дуалістичним характером самого пізнання реальності – через зображення і через слово. Людська цивілізація останнім часом дійсно стала *image-oriented*, орієнтованою насамперед на зображення, а потім уже на слово. Візуальний образ, тим паче, рухомий візуальний образ, закладений у самій основі кінематографа і телебачення, є більш відповідним і адекватним людській уяві про навколишнє середовище, є більш “природним” для людини. Та однаково ефективно маніпулювати людською свідомістю можна за допомогою будь-яких комунікативних систем. Проте, треба не протиставляти візуальну і вербальну комунікації, а слід вдосконалювати обидві. Наразі можна підкреслити, що наскільки телебачення об’єднує людство в “глобальне селище”, настільки ж і роз’єднує людей, замикаючи їх у власних будинках. Увесь світ – це безкінечний потік даних про навколишнє середовище. Людина, використовуючи здатність концентрувати свою увагу власним зусиллям волі, сама значною мірою творить зміст.

У підрозділі 2.2. “Медіа і маси: специфіка взаємозв’язку” автором акцентується увага на комерціалізації сучасного телебачення. Активна інтеграція рекламних блоків у простір сучасного ТБ має вплив на контент телеканалів, програмування сітки мовлення, врешті-решт, – на систему виражальних засобів сучасної аудіовізуальної культури. Комерціалізація, яка пропонує однакову ринкову логіку для всіх, призводить до того, що культурні продукти, інформація, телевізійні повідомлення розглядаються як товар. Отже, їх створення і розповсюдження повинні підпорядковуватись загальним економічним регуляторам, головний серед яких – прибуток, а його показник – рейтинг. Традиційно вважається, що маси існують під активним впливом ЗМІ – на цьому, принаймні, побазована ідеологія останніх. Ситуація роз’яснюється

ефективністю “знакової атаки” на маси, і вважається, що таким чином відбувається односторонній рух у системі “телебачення-аудиторія” і в напрямку від каналу-передавача до реципієнта. Це актуалізує звернення до феномена маси, аналіз якого у різні часи здійснювали Жан Бодрійар, Альбер Камю, Хосе Ортега-і-Гассет, Жан-Поль Сартр. Маси не мають “соціологічної реальності”, вони не мають нічого спільного з будь-яким реальним населенням, будь-якою соціальною сукупністю. Байдужість – це найголовніша характеристика мас, їхня природна ознака. Маси, на відміну від індивідів, не обирають, не оцінюють, не кристалізують смисл. Вони віддають перевагу медіуму, який занурює їх у стан гіпнозу. Отже, характер масового глядацького сприйняття, у розріз з індивідуальним, схожий на гіпноз, бо гіпнотичний стан вільний від смислів.

Сприйняття візуальної інформації теоретики кінематографа і медіа (Сергій Ейзенштейн, Жільбер Коен-Сіа, Маршал Маклюен, Едгар Морен,) пов’язували з феноменом “комунікативного шоку”. Особливість життєподібної документальної візуальної інформації, якою оперують сучасні аудіовізуальні мистецтва, медіа і телебачення, зокрема, полягає в тому, що вона загальнодоступна і не потребує попередньої культурної підготовки. Візуальні (іконічні) знаки характеризуються зрозумілістю. Саме тому телебачення, як аудіовізуальний засіб мас-медіа, здатне перетворювати аудиторію на масу, усереднюючи кожного індивіда до загального пересічного рівня.

Навіть коли телебачення пропонує масам “зміст”, вони чекають на “видовище”; масам пропонують „рефлексії” – вони потребують „розваг”. Про це безапеляційно свідчать рейтинги. Маси засліплені грою символів і підкорені стереотипами. Звідси виникає культурологічна проблема масового виробництва “попиту на смисл”. Виробництвом інформації, отже, і смислів (ідеологічних, культурних, наукових) цивілізація займалася протягом останніх століть. Наразі смисл докочує, його виробляють усе більше і більше, і не вистачає не в пропозиції, а саме попиту. В цьому контексті телебачення є потужним засобом впливу на масу з метою позбавити її байдужості. Спільними зусиллями телебачення і його масова аудиторія продукують ілюзію, простір симуляції. Таким же чином, як медіа впливають на масову аудиторію, остання впливає на медіа, отже, виникає двобічний взаємочинний процес.

У підрозділі 2.3. “Мистецтво і медіа в трансестетичному полі симуляції” дисертантка аналізує важливі особливості сучасної культурної ситуації у контексті концепції симулякрів Жана Бодрійара. Симулякрами ж один із творців постмодерністського дискурсу називає образи, які витискують і поглинають реальність. Симулякри виникають на певному етапі розвитку культури. Їх немає, наприклад, у кастовому суспільстві, адже в ньому знаки захищені системою заборон, які гарантують повну їх зрозумілість і неможливість двозначного тлумачення. За доби ренесансу настає триумф “звільненого знаку” і у зв’язку з цим суспільство потрапляє в епоху підробки.

Бодрійар розрізняє три рівні симулякрів. “Підробка” першого рівня – незрівнянні можливості гіпсу в мистецтві бароко. Симулякри другого рівня з’являються у технічну добу відтворення, для якої характерна серійність. У цьому зв’язку ідеї Бодрійара перегукуються з відомою статтею Вальтера Беняміна “Твір мистецтва в епоху його технічного відтворення” (1936). Німецький науковець був першим, хто побачив у технології виробництва новий засіб, форму і виникнення абсолютно нового покоління сенсів. Тиражування (лиття, штампування, ксилографія, літографія, і нарешті, фотографія) позбавляє мистецтво його аури. Зростання і вдосконалення технічних засобів тиражування збільшує “виставкову цінність” твору, тобто його естетичний ефект. Результатом “позбавлення ауратичності” стає принципово нова форма сприйняття, ставлення до художніх творів. Наразі мистецтво – це лише художня практика, адресована не індивідууму, а масам. Захоплена лихоманкою безкінечного відтворення, така система приводить до виникнення третього рівня симулякрів, на якому спочатку створюються моделі, від яких уже утворюються форми. Отже, симулякри, створені людиною, не належать світові природних знаків, а перебувають у стані техногенної напруги, передусім – у медіа-просторі. Сучасна культура постає перенасиченою, а отже, як відзначив Ж.Бодрійар, “людство не здатне розчистити нагромаджені завали, а тому багато з культурних явищ опинилися у стані транс, заціпеніння”. З французьким постмодернізмом полемізує Умберто Еко. На його думку, сучасне мистецтво виконує особливе завдання, формуючи нові уявлення про світ серед своїх споживачів, сприяє злама застарілих стереотипів мислення та, водночас, прояву вільного вибору індивіда. Так само і медіа пропонують споживачеві велику кількість потенціальних значень, але жодне з них не може бути домінуючим. Медіа лише надають реципієнтові “поле можливостей”, актуалізація яких залежить від його індивідуальної інтерпретаційної стратегії. Проте реального як чіткої системи координат більше не існує – воно, реальне, перетворилося на модель.

Задля того, аби постійно утримувати увагу глядацької маси і відповідати її потребам, телебачення перетворює на видовище усі свої меседжі.

Аналізові виражальних засобів телебачення, яке ґрунтується на концепції тотального видовища, присвячено *третьій розділ дисертаційної роботи* – “Сучасний телевізійний простір: естетичні виміри”, який складається з 7 підрозділів. Проблема сучасної культурної ситуації загалом і сучасних медіа, зокрема, полягає у тому, що телевізійні знаки сьогодні втрачають здатність реалізувати функцію заміщення – велика кількість стереотипів, штамлів, іміджів, які щохвилини продукує телебачення, так тісно переплелися, нашарувалися один на одного, що створили певну модель реальності, в якій знаки втрачають референтний зв’язок з дійсністю, орієнтуючись лише на її модель.

У підрозділі 3.1. “Телебачення у контексті дихотомії “довіра до фізичної реальності” та “формотворчість”” дисертантка розглядає одну з актуальних тенденцій розвитку мас-медіа – процес еволюції телебачення: від документального відтворення дійсності (репортажі, програми прямого ефіру тощо) до створення нової “гіперреальності” (кліпінг, реаліті-шоу тощо). Власне теорія первісної “подвійності” нового аудіовізуального мистецтва – кінематографа – була запропонована автором “Природи фільму” З.Кракауером. На його думку, Люм’єр з його “довірою до фізичної реальності” започаткував “реалістичний” напрямок розвитку кінематографа. Натомість Мельєс не прагнув фіксації – в його фільмах глядачам пропонується “формотворчість”. Тому, на думку німецького дослідника, Люм’єр і Мельєс співвідносяться між собою, як “гегелівська теза і антитеза”. Дихотомія Кракауера передбачає в кінематографі “природну”, первісну подвійність. За Кракауером, ця подвійність визначена тим, що протягом усієї своєї історії кінематограф реалізує різні принципи образного відтворення реальності. Аналогічні процеси, на думку дисертантки, мають місце і в історично-практичному розвитку телебачення, що так само, як і кінематограф, міметичне за своєю природою, документальне і життєподібне. Абсолютизація, чи, навпаки, мінімізація схожості з реальним життям – два постійні чинники розвитку кіно і ТБ. “Люм’єрівська” тенденція в аудіовізуальному мистецтві відтворює справжній рух речей, афективно впливаючи на глядача і таким чином “запускаючи” в його психіці механізми ідентифікації. “Мельєсівська” тенденція привнесла в кіно і на телебачення іншу якість – деформацію просторово-часового континууму, вибудовану драматургію тощо. Формотворчий напрямок “очуднив” і трансформував саму реальність, принаймні, у глядацькому сприйнятті і людській свідомості. Найпоказовішим прикладом і результатом формотворчої концепції телебачення постають кліпи.

У підрозділі 3.2. “Естетика кліпінгу і “монтаж атракціонів” автором аналізується монтажна теорія Сергія Ейзенштейна як концепція видовища, що активно використовується сучасними медіа, передусім, у кліп-арті. Дисертантка наголошує на тезі, що естетика видовища є однією із найпопулярніших концепцій серед практиків ТБ, оскільки сучасний телевізійний простір постає постійним “подразником”, сукупність “атракціонів” якого, їхнє вільне комбінування, мають на меті “орання” (за визначенням С.Ейзенштейна) емоційного сприйняття пасивного глядача й укладання у свідомість певної ідеологемі. Принцип “монтажу атракціонів”, як форма організації візуальної інформації, визначає не лише форму і структуру майже кожної конкретної телепрограми, за тим самим принципом “змонтовано” і саму щоденну сітку мовлення. Монтаж, як певна система і логіка збирання окремих кадрів-зображень, у разі телевізійного повідомлення виходить за межі самої площини екрана – йдеться про “феномен запінгу”.

Підрозділ 3.3 “Особливості сучасної телевізійної драматургії” присвячений аналізу основних тенденцій драматургічної побудови телевізійного повідомлення. Зважаючи на комунікативну необхідність кожного з медіа-меседжів донести до глядача певну інформацію, можна визначити спільну рису телепрограм – оповідальність, прагнення розповісти історію. Конфлікт у цьому контексті виступає одним із найголовніших елементів телевізійної оповідальності, який постає гарантом глядацької зацікавленості; отже, є майже обов'язковою складовою будь-якого телевізійного повідомлення.

На прикладі рекламного ролика, який є показовим, адже саме рекламний кліп найбільшою мірою зорієнтований на глядача, простежується ефективність характерної для медіа спрощеної драматургічної схеми. Реклама, знаковай за своєю структурою дискурс, продукує в глядацькій свідомості сотні і тисячі штампів, правил, моделей поведінки, які не відповідають дійсності. Специфічна логіка впливу телевізійної реклами, як і телебачення загалом, – це не раціональна логіка. Обгрунтовані аргументації, тези і докази в медіа-просторі діють не дуже ефективно. Телебачення – це простір, де часто панує логіка ілюзії (мрії, легенди, казки тощо). У цьому просторі людину постійно оточують образи, які “шантажують” її своєю успішністю, привабливістю, видовищністю і відсилають до ілюзії, але не до дійсності.

Ще одна принципова характеристика телебачення, обумовлена його комерціалізацією, – це швидкоплинність. У просторі, де розраховано секунди коштовного ефірного часу, неможливо витратити його на те, що не буде суперекфективним для утримання глядацької уваги. Осмислення, рефлексія несумісні з природою медіа, де їм протистоїть видовищність і схематизм, підпорядковані меті “швидкого зчитування”.

Акцентуація на самому лише конфлікті пояснює перманентне тяжіння телебачення до сенсацій, екстраординарних подій. З іншого боку, перенасиченість глядача інформацією, втома від зростаючого інформаційного потоку провають необхідність масованих “атак” на масову свідомість. Така гра “взаємних відзеркалень” зумовлює ситуацію “замкнутого кола” і ментальної обмеженості, адже сприйняття притуплюється більш сильним подразником. Тотальне прискорення комунікаційної кон'юнктури врешті-решт призводить до того, що реальні події, набуваючи публічності, втрачають свій початковий зміст. Використовуючи хрестоматійне визначення Ж.Бодрійара, можна говорити про замкнений “кругообіг симулякрів”, які не корелюються з дійсністю. Підтвердження цієї тези ми знаходимо у працях багатьох інших теоретиків сучасних медіа, наприклад, в роботі “Медіавірус” відомого американського культуролога Дугласа Рашкоффа. Телебачення, яке за своєю природою мало б бути інструментом відображення реальності, перетворюється на інструмент створення штучної реальності.

У підрозділі 3.4. “Телесеріали і проблема глядацької залежності” розбираються особливості глядацького сприйняття телебачення на прикладі

серіалів. Телебачення загалом і серіали, зокрема, орієнтовані більшою мірою на упізнавання і повторюваність, ніж на новизну й оригінальність. Тут працює естетика тотожності.

Виникнення серійного способу сприйняття реальності не є прерогативою ХХ століття. Аналіз найстародавніших творів мистецтва і, насамперед, народної творчості, що знайшла вихід у казках, міфах, легендах та епосі, доводить факт існування глибокого історичного коріння серійних принципів. Їхні прояви можна знайти не лише в побудові літературних текстів (“Гліада”, “Одіссея”, “Рамааяна”, “Гільгамеш” тощо), а й у сприйнятті цих текстів.

Необхідно відзначити, що у звиканні і майже у фізичній залежності людської психіки від перегляду телесеріалів виявляється глибинна архетипова потреба сучасної людини ідентифікувати і порівнювати себе з героями.

У підрозділі 3.5. “Жанрові ознаки ток-шоу та інтелектуальних ігор як характеристика телевізійного поля” на прикладі популярних телевізійних форматів – ток-шоу та інтелектуальних ігор – дисертантка аналізує процес відвертої чи прихованої підміни реальних фактів (історій, учасників програми) на вигадані сюжети (сценарії, актори тощо). Інтелектуальні ток-шоу, присвячені обговоренню серйозних проблем соціуму, для участі в яких запрошуються авторитетні гості, також багато в чому постають сконструйованими, такими, які, врешті-решт, не відповідають дійсності. Адже логіка побудови ток-шоу на комерційному ТБ не залишає серйозному науковцеві можливості розкрити свої погляди, оскільки існують обмеження у часі, у виборі професійних термінів, у присутності опонентів і в беззастережній владі ведучого. У межах дисертації розглядається проблема сучасної культури, актуалізована телебаченням у наші часи, – протиріччя між швидкістю і мисленням, феномен “швидкодумів”. Неортодоксальна думка потребує часу на свій розвиток, на обґрунтування, тому телебачення надає перевагу “швидкодумам”, які пропонують “готові ідеї”, заздалегідь зрозумілі масам. Це – наслідок необхідного підкорення телевізійній оперативності.

У підрозділі 3.6. “Людина на екрані: трансформація особистості на імідж” аналізується тенденція позбавлення людини на екрані будь-яких індивідуальних ознак заради створення іміджу. Таким чином, обличчя стає маскою, лише знаком самого себе. Парадокс цього феномена полягає у тому, що найпублічніші фігуранти медійного простору водночас постають анонімами, підкоряючись неартикульованим законам функціонування телебачення як індустрії розваг.

Підрозділ 3.7. ““Гіперреальність” телебачення в форматі “реаліті-шоу”” є заключною частиною дослідження практики сучасного телебачення у структурі авторської концепції його розвитку і трансформації у контексті двох базових чинників – “люм’єрівської” і “мельєсівської” тенденцій. Прикладом співвідношення телебачення з реальністю постає актуальний паразит формат “реального телебачення”. У „реаліті-шоу” нівелюється межа між буттям

обивателя і зірки, між дійсністю і „штучністю”. Ці передачі створюють видовище-розвагу з життя звичайних людей. Апологети реального телебачення стверджують, що такі проекти постають новим інструментарієм у дослідженні людського поведіння і людського характеру, свого роду телевізійним психологічним інструментом на кшталт “біосфери”. Соціологи запевняють, що у такому телевізійному міні-соціумі актуалізуються і розкриваються всі проблеми суспільства в цілому: стратегії виживання у конкурентному середовищі, протистояння різних психотипів, дарвінівський принцип “природного відбору”, “війна всіх проти всіх”, формування лідерів і аутсайдерів тощо. Це свого роду відзеркалення еволюції сучасного суспільства, яке заохочує індивідумів до самореалізації та самовираження у приватній сфері.

У **висновках** підсумовуються і узагальнюються основні положення, викладені в праці.

ВИСНОВКИ

Останні десятиліття у галузі гуманітарного знання позначені поживанням культурологічних та мистецтвознавчих дискусій навколо теми бурхливого розвитку культурного простору постмодернізму. Серед численних чинників, що сприяють сьогодні такому розвитку, найпотужнішим є активне поширення поля мас-медіа загалом і телебачення, зокрема.

У контексті дослідження розглянуті сучасні тенденції розвитку культури, спряжені з процесами глобалізації. Характерною рисою глобалізації є інтенсивне поширення транснаціональних потоків інформації, що долають будь-які національні кордони. Це відбувається, серед іншого, за рахунок нових технічних можливостей засобів масової комунікації, передовсім – супутникового та кабельного телебачення. Тобто, світ таким чином почав, хоча й опосередковано, перетворюватися на маклюенівський проект „глобального селища”.

З історичного моменту проголошення Незалежності України у 1991 році, з початком реформування політичного устрою в державі з орієнтацією на світову демократію, з виникненням і поступовим розвитком цивілізованих ринкових стосунків в економіці, наша країна посіла своє поважне місце у європейській і світовій спільноті. Отже, загальносвітові тенденції розвитку культури є актуальними і в Україні, адже ми більше не ізольовані від світу, наразі ми також є жителями „глобального селища”.

З’ясовано, що бурхливий розвиток і процес поширення галузі мас-медіа, насамперед, – телебачення; на результати якого, серед іншого, опирається у своїх побудовах постмодернізм, передбачає виникнення у глядацькій свідомості нових вимірів часу і простору, котрі наразі отримали визначення „віртуальні”. Сам термін „віртуальна реальність” асоціюється сьогодні з можливостями найновіших мультимедійних аудіовізуальних і комп’ютерних технологій, за допомогою яких можна створити ілюзію, що сприймається і

відчувається споживачем як абсолютно достовірні і реальні події. Отже, інтелектуальний досвід людини кінця ХХ – початку ХХІ століття став опосередкованим.

Визначено, що телебачення сьогодні наполегливо вдосконалює власну мову, форму, суму характеристик, що однозначно вирізняла б його з-поміж інших сфер людської діяльності, все активніше досліджуючи свої специфічні стосунки з реальністю. Будь-яке мистецтво так чи інакше апелює до реальності, але телебачення за своєю природною сутністю, в принципі, передбачає більший ступінь реалізму, аніж інші мистецтва.

Досліджено сутність небезпеки, яка існує в медійному просторі і полягає в тому, що все частіше телебачення використовують як засіб маніпуляції глядацькою свідомістю. Ця маніпуляція справді можлива, адже телебачення завдяки рухомому зображенню і синхронному звуку володіє особливою здатністю виробляти те, що мистецтвознавці і культурологи називають „ефектом реальності”: телебачення дещо показує і примушує повірити у те, що воно показує. Орієнтуючись на власні категорії сприйняття, свій інтелект, досвід тощо, телевізійники аудіовізуальними засобами викладають глядачам певний матеріал, викликають ефект реальності і, далі, можуть змінити цю саму реальність.

Виявлено, що значення мас-медіа у суспільстві пов'язане з їхньою фактичною монополією на засоби виробництва і широкого розповсюдження інформації. Керуючись можливістю доступу до масової уваги, якої до появи телебачення не мали найвідоміші виробники культурної продукції (навіть - кінематограф), телевізійні медіуми (люди, групи людей) можуть нав'язати реципієнтам свої принципи бачення світу, свою точку зору на ту чи іншу тему, свою штучно сконструйовану проблематику, свою ілюзорну ідеологію, іншими словами, – свій гіперреальний світ симулякрів. У цьому і полягає одне із найважливіших протиріччів телебачення, яке, врешті-решт, призвело до того, що життєподібне і документальне за своєю природою ТБ сьогодні не лише відтворює дійсність, демонструє відбиток самої реальності, але й створює іншу „телевізійну реальність”. Отже, одна з найцікавіших тенденцій розвитку сучасних медіа полягає у тому, що наразі вони не лише представляють і репрезентують фрагменти реальності, але й продукують, створюють їх. Реальність не існує в об'єктивності емпіризму, вона постає продуктом телевізійного дискурсу. Телекамера та мікрофон не фіксують реальність, а кодують її, трансформуючи на ідеологію. Заради адекватного сприйняття телевізійних повідомлень глядацька аудиторія має навчитися декодувати продукти медіа, розуміти систему виражальних засобів сучасного телебачення.

Основні положення дисертації викладено у таких публікаціях:

1. Победоносцева І.Є. Аудіовізуальний простір України (кіно, ТБ, відео) в контексті сучасного глядацького сприйняття // Мистецтво екрана: Зб. наукових праць. –Вінниця: ГЛОБУС-ПРЕС, 2001. – С. 78 – 88.
2. Победоносцева І.Є. Аудіовізуальні “канали” (телебачення, кіно, відео) як засоби комунікації, глобалізації, маніпуляції та містифікації // Мистецтвознавство України: Зб. наукових праць. – К., 2001. – С. 369 – 374.
3. Победоносцева І.Є. Анонімність – один із законів телебачення // Мистецькі обрії’2001-2002: Зб. наукових праць. – К., 2003. – С. 358 – 366.
4. Победоносцева І.Є. Гіперреальність у форматі „реал-ТВ”, або Ігри, в які грають люди // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: Зб. наукових праць. – К.: ДАКККіМ, 2003. – Вип. XI. – С. 206 – 213.
5. Победоносцева І.Є. Аудіовізуальний простір (кіно і телебачення) в контексті дихотомії „довіра до фізичної реальності” та „формотворчість” // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Зб. наукових праць. – К.: Віпол, 2004. – Вип. 13. – С. 175 – 180.
6. Победоносцева І.Є. Кіно і ТБ: існування в полі напруги між фантазією і дійсністю // Мистецькі обрії’2003: Зб. наукових праць. – К., 2004. – С. 261 – 265.
7. Победоносцева І.Є. Медіа як один з основних чинників постмодерністської культурної ситуації // Екранна освіта в Україні. Сучасний стан, проблеми розвитку: Зб. наукових праць. – К., 2004. – С. 41 – 47.
8. Победоносцева І.Є. Ціна українського слова на телебаченні // У майбутнє – в ім'я України: Матеріали III Всесвітнього форуму українців. – К., 2001. – С. 96 – 97.
9. Победоносцева І.Є. Канал “1+1” як фактор національної самоідентифікації // Духовна культура в інформаційному суспільстві: Матеріали міжнародної науково-теоретичної конференції. – Х., 2002. – С. 107 – 108.

АНОТАЦІЇ

Победоносцева І.Є. Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.04 – кіномистецтво. Телебачення. – Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського НАН України, Київ, 2005.

У дисертаційній роботі здійснено аналіз сучасного телебачення як середовища продукування численних аудіовізуальних образів у контексті культурної парадигми ХХ століття. Вперше в українському мистецтвознавстві відтворено динаміку розвитку телебачення від початкової стадії “віддзеркалення” реальності до сучасних формотворчих тенденцій у телевізійному полі, які приводять до виникнення нової “телевізійної реальності” у свідомості глядачів. Дисертанткою розглянуто характерні особливості сучасного телебачення, досліджено специфіку взаємодії між телебаченням і глядачем, проаналізовано телевізійні принципи утримання уваги і основні механізми глядацького сприйняття сучасного телебачення.

У дисертації показано, що сама природа телебачення, його “природна подвійність” – одночасна орієнтація на “довіру до фізичної реальності” і на “формотворчість” – робить його потужним чинником культури постмодернізму.

Ключові слова: телебачення, медіа, постмодернізм, реальність, свідомість, глядацьке сприйняття, концепція симулякрів.

Победоносцева И.Е. Телевизионный дискурс в культурном пространстве постмодернизма. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.04 – киноискусство. Телевидение. – Институт искусствоведения, фольклористики и этнологии им. М.Т. Рильского НАН Украины, Киев, 2005.

Диссертация посвящена осмыслению культурной ниши, которую занимает сегодня телевидение, – эта среда продуцирования многочисленных аудиовизуальных образов – в структуре культурной парадигмы ХХ века. В ХХ веке каждое новое искусство повторяло, как эмбрион, общие шаги культурной эволюции. Так, кино сперва копировало пантомиму, музыкальный театр, драму и лишь трансформировал в себе элементы смежных искусств и, таким образом, преодолев зависимость от них кинематограф обрел свой неповторимый язык. Аналогичная ситуация прослеживается сегодня и в медиа-пространстве. Телевидение активно развивает и совершенствует собственный язык, форму, сумму характеристик, которые однозначно выделяют его среди прочих сфер

человеческой деятельности, все смелее экспериментируя со своими уникальными возможностями “транслировать реальность”. Любой вид искусства в той или иной степени апеллирует к реальности, но телевидение требует все большего реализма. Ранее телевизор называли “окном в мир”, теперь он может стать “замочной скважиной”. В погоне за реальностью телевидение развивается так стремительно, что, кажется, начинает опережать саму жизнь.

Базируясь на бодрийаровской концепции “симулякра” и теории эволюции образа, которая сегодня уже имеет статус классической классификации образов с точки зрения их отношения к реальности, автор диссертации акцентирует внимание на центральном аргументе своего исследования: современные медиа не только представляют (или же повторно представляют) фрагменты реальности, но и производят, создают их. Для миллионов телезрителей реальность сегодня становится продуктом телевизионного дискурса. Телевизионное оборудование, которое совершенствуется с каждым днем, теперь не столько транслирует реальность, сколько кодирует и трансформирует ее. Соответственно, для того, чтобы верно воспринимать бесконечный поток телевизионных сообщений, зрительская аудитория должна научиться декодировать продукты медиа, понимать систему выразительных средств современного телевидения. В рамках работы реконструирована динамика развития телевидения от начальной стадии «отражения» реальности до современных формотворческих тенденций в телевизионном поле, которые приводят к возникновению новой «телевизионной» реальности в сознании зрителей.

Проблема современной культурной ситуации состоит в том, что телевизионные знаки сегодня утрачивают способность реализовывать функцию замещения. Огромное количество стереотипов, штампов, имиджей, которые ежесекундно продуцирует телевидение, так тесно переплелись и наслоились друг на друга в сознании реципиентов, что создали некую модель реальности.

Особое внимание уделено исследованию основных тенденций развития современного медиа-пространства и анализу особенностей зрительского (массового и индивидуального) восприятия телевизионной продукции в контексте постмодернистского мироощущения. В рамках работы исследована специфика взаимодействия между телевидением и зрителем, проанализированы телевизионные принципы удержания внимания.

В диссертации показано, что сама природа телевидения, его «естественная двойственность» – одновременная ориентация на «доверие к физической реальности» и на «формотворчество» – делает его мощным фактором культуры постмодернизма.

Ключевые слова: телевидение, медиа, постмодернизм, реальность, сознание, зрительское восприятие, концепция симулякра.

I.Ye. Pobedonostseva. Television Discourse within the Cultural Context of Postmodernism – Manuscript.

The thesis is submitted for a candidate's decree in art criticism; major: 17.00.04 – Motion Picture Arts. Television. – M.Ryl's'kyi Institute of Art Criticism, Folklor and Ethnology of NAS of Ukraine, Kyiv, 2005.

The thesis provides an analysis of modern television as a production environment for a number of audio visual images within the context of cultural paradigm in the XXth century. It is for the first time in Ukrainian art criticism that the author's attention is focused on the dynamics of TV development ranging from its primary stage ("mirror images" of reality) to its modern trends (the quest for new forms) within the TV environment which result in new "TV reality" emerging in viewers' consciousness. With the author's attention being targeted at major features of modern TV, she carries out a research into most specific traits of TV-viewer interface while analyzing basic concepts aimed at riveting and keeping the audience attention and concentrating on mechanics of viewers' perception as regards modern television. The work is intended to show that being simultaneously aimed at "trust in physical reality" and "quest for new forms" the television as such is dual in nature and therefore becomes a powerful factor of culture within the postmodernism period.

Key Words: television (TV), media, postmodernism, reality, consciousness, perception by viewers, theory of simulacre.

2005 р. Безкоштовний

Підписано до друку 07.04. 2005. Формат 60 х 90 1/16

Ум. друк. арк. 0,9. Обл. вид. арк. 1,0.

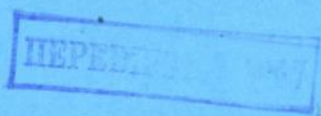
Наклад 100 пр. Зам. 1 2005 р. Безкоштовний

Поліграф. д-ція Ін-ту історії України НАН України

Київ-1, Грушевського, 4

451494

АВ 61.958



МИСТ