
ФИЛОСОФСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДЫ, ОБЩЕСТВА, ЧЕЛОВЕКА

PHILOSOPHICAL STUDY OF NATURE, SOCIETY AND HUMAN

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-243-250>



Телевизионный сериал как феномен экранной культуры

Н. В. Волохова¹✉, А. В. Постников¹

¹ Курский государственный университет
ул. Радищева 33, г. Курск 305000, Российская Федерация

✉ e-mail: volna-sha@rambler.ru

Резюме

Актуальность. Современная экранная культура как составляющая массовой коммуникации занимает лидирующую позицию в плане влияния на общественное сознание. Телевизионный сериал как часть массовой культуры закрепляет за собой важные содержательные, временные и функциональные позиции. На наш взгляд, при возрастающей значимости телевизионного сериала как аспекта массовой культуры в частности и современной социокультурной жизни в целом следует активное внимание уделить формированию данного феномена как постмодернистского аспекта и отражения «неклассической» модели реальности.

Цель заключается в выявлении специфики телевизионного сериала как культурного текста и определении его места в поле современной экранной культуры.

Задачи: установить роль и значимость телесериала в контексте нынешней действительности экранной культуры и дать оценку его коммуникативной эффективности; найти взаимосвязь серийности телесериала посредством его отражения как феномена массового сознания и важного аспекта постмодернистской реальности; проследить специфику языка телесериала и комплекс представленных в нем семиотических кодов; проанализировать феномен телесериала и оценить его влияние на зрителя посредством психолого-эмоциональных механизмов.

Методология. В процессе работы над исследованием использовались преимущественно структурно-диахронный, историко-биографический, герменевтический методы, метод системного анализа.

Результаты исследования могут использоваться в ходе осуществления учебного процесса при рассмотрении вопросов в рамках различных курсов по антропологии, философии истории, философии культуры и пр.

Выводы. Как показывает проведенный нами анализ источниковой базы, как правило, объектом исследования телевизионный сериал становился с точки зрения классической эстетики или его восприятия с точки зрения реципиента, т. е. зрительской аудитории. Для нас же интерес представляет телевизионный сериал, прежде всего, как семиотический носитель культурного текста, где находят отражение многоаспектные и многоуровневые включения различных дискурсов и кодов.

Ключевые слова: массовая культура; телевизионный сериал; «мыльная опера»; экранная культура; персонаж; сериализация; семиозис, жанр.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Волохова Н. В., Постников А. В., 2021

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2021; 11(5): 243–250

Для цитирования: Волохова Н. В., Постников А. В. Телевизионный сериал как феномен экранной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 5. С. 243–250. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-243-250>.

Поступила в редакцию 11.08.2021

Принята к публикации 07.09.2021

Опубликована 29.10.2021

Television Series as a Phenomenon of Screen Culture

Natalia V. Volokhova¹ ✉, Alex V. Postnikov¹

¹ Kursk State University
33 Radishcheva str., Kursk 305000, Russian Federation

✉ e-mail: volna-sha@rambler.ru

Abstract

Relevance. Modern screen culture as a component of mass communication occupies a leading position in terms of influence on public consciousness. A television series as a part of mass culture secures important content, time and functional positions. In our opinion, with the increasing importance of the television series as an aspect of mass culture in particular and modern socio-cultural life in general, active attention should be paid to the formation of this phenomenon as a postmodern aspect and reflection of the "non-classical" model of reality.

The purpose is to identify the specifics of a television series as a cultural text and determine its place in the field of modern screen culture.

Objectives: to establish the role and significance of the TV series in the context of the current reality of screen culture and to assess its communicative effectiveness; to find the relationship between the seriality of a television series through its reflection as a phenomenon of mass consciousness and an important aspect of postmodern reality; to trace the specifics of the language of the TV series and the complex of semiotic codes presented in it; analyze the phenomenon of the TV series and evaluate its impact on the viewer through psychological and emotional mechanisms.

Methodology. In the process of working on the study, mainly structural-diachronic, historical-biographical, hermeneutic methods, the method of system analysis were used.

The results of the study can be used in the course of the educational process when considering issues in various courses on anthropology, philosophy of history, philosophy of culture, etc.

Conclusions. As our analysis of the source base shows, as a rule, the television series became the object of research from the point of view of classical aesthetics or from the point of view of its perception from the point of view of the recipient, that is, the audience. For us, the television series is of interest primarily as a semiotic carrier of a cultural text, where multidimensional and multilevel inclusions of various discourses and codes are reflected.

Keywords: mass culture; television series; "soap opera"; screen culture; character; serialization; semiosis; genre.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Volokhova N. V., Postnikov A. V. Television Series as a Phenomenon of Screen Culture. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2021; 11(5): 243–250. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-243-250>.

Received 11.08.2021

Accepted 07.09.2021

Published 29.10.2021

Введение

В нашей жизни огромное место занимают процессы цифровизации и компьютеризации, которые распространи-

лись на все виды деятельности, включая досуг и межличностную коммуникацию. Экранное искусство (кино, видео, телевидение, компьютерная анимация)

занимает лидирующее место и высокие позиции зрительской востребованности. Телевизионный сериал со времен превращения «движущейся фотографии» в «великого немого» стал одним из самых популярных явлений экранной культуры, что отражает наше исследование.

Если придерживаться самого простого определения сериала, то это разновидность телевизионных программ, которая состоит из отдельных и последовательных сюжетов, где главной целью «является привлечение к экранам на длительный период зрителя и удержание его интереса к продукту эпизод за эпизодом» [1].

История сериала начинается в Америке, где с радио 1930-х гг. он переместился на телевидение в 1950-х гг. и где в 1970-х гг. начался так называемый «мыльный бум». К слову выражение «мыльная опера» сериалы получили из-за того, что спонсорами первых сериалов были рекламные кампании мыла [3]. Сезонный формат с показом одной серии в неделю появился в 1980-х годах, и к тому времени хронометраж серии уже увеличился до часа и более. В конце 1990-х – начале 2000-х гг. появилась сеть Интернет, и просмотр сериалов стал осуществляться посредством него, что повлекло за собой не только становление его как социокультурного феномена, но и рост популярности сериалов во всем мире.

Культуру современной реальности уже нельзя представить без массовой культуры, которая является ее неотъемлемой частью.

Сериал как отдельная составляющая массовой экранной культуры способна влиять «на формирование мировоззрения отдельной личности и общества в целом» [3].

Можно выделить несколько причин высокой популярности сериала и проанализировать различные аспекты его значимости в контексте экранной культуры. Первая – в связи с тем, что сериал – это многосерийный комплекс, растянутый во

времени – он заполняет много эфира. Второе – это доступное средство отвлечения, где до зрителя доносятся «квазикommunikационные ценности, когда отраженные в сериале модели поведения, визуальные образы фразеологически переносятся в обыденную жизнь» [4]. Третье – с опорой на вышесказанное можно констатировать, что сериал формирует определенные мировоззренческие установки, особенно если зритель «подсажен» на него и это увеличивает его социокультурную значимость. В качестве вывода можно заявлять о полифункциональности телевизионного сериала.

Таким образом, «телесериал – это феномен массовой культуры, с одной стороны, и с другой – является инструментом воздействия на реальную жизнь. С точки зрения аксиологии культуры ценности, транслирующиеся в телесериалах, плавно перетекают в нашу обыденность» [5]. Телевизионный сериал многое взял от кинематографа и стал неким «младшим братом кино». Под сериалом следует понимать разновидность телевизионных передач, состоящих из последовательно взятых отдельных эпизодов. Еще одной отличительной чертой телесериала является его многосерийность. Это кинопроизведение, предназначенное для показа по телевидению, и «чтобы понять происходящие, нужно внимательно следить за каждой серией» [6].

Большинство исследователей телесериала полагают, что основной причиной их является то, что просмотр так называемых «мыльных опер» со временем оказывается для людей инструментом приобретения жизненного опыта. Еще одним фактором влияния считается то, что естественной особенностью психологии человека является желание «подглядывать» за другими, производить оценку их жизни, наблюдать за действиями и эмоциями. Телевизионный сериал дарит такую возможность и помогает реализовать подобное желание [7].

Зрителя привлекает своеобразный мир, который создается с помощью сериала, где герои проживают жизненный сюжет по своим законам, и позволяет эмоционально подключаться к этому процессу с помощью определенного набора символов, кодов, знаков и даже языка. Особенно четко это отслеживается на примере исторических или фантастических сериалов. При этом есть четкий признак, объединяющий жанровую особенность сериала, некий «определяющий каркас», являющийся основой и обеспечивающий успех сериала как жанра. В частности, это эмоциональная окраска сюжета, эффект присутствия, производимый театральностью, так как в телевизионных сериалах присутствуют свои специфические манеры съемки и театральные приемы актерской игры.

При классификации сериалов следует определить три основные группы. Первая группа – это сериал, где движущей силой выступает интрига. В качестве примера рассмотрим бразильский сериал «Вавилонская башня». Он выходил на экран с 1998 по 1999 гг. за рубежом, в России – в 2000 г. Сюжет был основан на библейской притче о Вавилонской башне, в которой наказывали людей за излишнюю гордыню и непонимание друг друга [8].

Вторая группа – это сериал, где в центре сюжета находится неразрешенная проблема в совокупности с действием, это характерно для детективных и героических сериалов. Рассмотрим на примере американского сериала «Босх». Сюжет телесериала длился на протяжении семи сезонов с февраля 2014 г. по июнь 2021 г. Главный герой – детектив Гарри Босх – горит идеей раскрыть дело об убийстве подростка. Все действия семи сезонов выдержаны в спокойном ритме. Такая подача позволяет телезрителю не только проникнуться атмосферой Лос-Анджелеса, но и сдружиться с главным персонажем [9].

Третья группа – это философский сериал, здесь будут преобладать диалоги и монологи (в основном внутренние), как правило, это прерогатива российских сериалов. В качестве примера можно вспомнить российский сериал «Восьмидесятые», вышедший с января 2011 г. по июнь 2016 г. В сериале главный герой, погруженный в контекст событий, рассказывает как бы изнутри об историческом периоде страны накануне распада СССР [10].

Материалы и методы

Цель состоит в раскрытии особенностей телесериала как культурного текста и определении его места в области современной экранной культуры.

Задачи:

- установить роль и значимость телесериала в контексте нынешней действительности экранной культуры и дать оценку его коммуникативной эффективности;
- найти взаимосвязь серийности телесериала посредством его отражения как феномена массового сознания и важного аспекта постмодернистской реальности;
- проследить специфику языка телесериала и комплекс представленных в нем семиотических кодов;
- проанализировать феномен телесериала и оценить его влияние на зрителя посредством психолого-эмоциональных механизмов.

В процессе работы над статьей использовались преимущественно следующие **методы:**

- структурно-диахронический метод применялся с целью исследования сущностно-временных изменений исторической действительности;
- исторический метод ориентирован на представлении истории формирования телевизионного сериала;
- метод системного анализа помог обнаружить характерные черты развития системы представлений на формирование телевизионного сериала.

Анализ публикаций разных ученых по исследуемой проблеме показал, что степень ее разработанности в рамках теории и истории культуры пока недостаточна. Были рассмотрены труды А. С. Ахиезера, Д. Белла, Н. Беряева [11], Ф. Броделя, П. С. Гуревича [12], Л. Г. Ионина, М. С. Кагана, М. Кастельса, Р. Мертон, Э. С. Маркаряна, М. Г. Маклюэна, Э. Тоффлера, Ю. Хабермаса [13] и др., где авторов интересуют вопросы медиакультуры и составляющих ее элементов.

Ряд философов периода постмодернизма обращались к осмыслению феномена экранной культуры, и среди ведущих западных персоналий следует упомянуть следующих: Дж. Батлер, Р. Барт [14], Ж. Бодрийяр, Ф. Гваттари, М. Гресс, Т. Дан, Ж. Делез [15], Ж. Деррида [16], Ф. Джеймисон, Ю. Кристева, А. Крокер, Д. Кук, Ж.-Ф. Лиотар, Д. Лодж, К. Мерло-Понти, В. Фоккема, А. Уайлда, М. Фуко, Р. Харриса [17], У. Эко и др. В отечественной мы должны отметить публикации З. Баумана, Б. Грушина [18], А. Гулыги, А. Денисовой [19], Т. Заславской, Л. Зыбайлова, И. Ильина, С. Кары-Мурзы [20], В. Кутырева, Е. Поберезниковой [21], И. Цурина, В. Шапинского и др., где анализируется телевидение в качестве массового средства коммуникации и важнейшего аспекта современной культуры.

Результаты и их обсуждение

Безусловно, при всей важности осознания влияния телевизионного сериала на «искушенную публику» мы понимаем, что есть масса проходных работ, не имеющих высокой ценностной нагрузки, но есть и своего рода шедевры, наложившие отпечаток на сознание зрителя. «Телевизионный сериал как феномен современной культуры подчиняется принципам возведения формульных жанров, нацелен на обыденное, легко распознаваемое, несмотря на то, что интрига, внезапное раз-

витие действия и драматичность сценария сохраняют свою аудиторию около экрана, однако, такой фильм должен потребляться с большим комфортом. Телезритель имеет право полагаться на собственное заблаговременно сформированное понимание, проявляемое в любой степени единичной ситуации» [22].

В результате нашего исследования поля телевизионного сериала как популярной части экранной культуры мы можем перечислить положительные моменты, которые позволяют характеризовать его с точки зрения определенной полезности для зрителя, и объясняющие в определенной степени его распространенность.

Телесериалы помогают телезрителю уйти от нелегкой реальности и неоднозначной обыденности. Самыми распространенными сериальными приемами является «опора на устойчивые сюжетные ходы, зрительные и словесные шаблоны, текст сериала составлен из типичных обстановок и стандартов» [1]. В целом это способствует снижению уровню тревожности, так как реципиент находится в роли наблюдателя и проблемы героев его «как бы не касаются», тем самым упрощая и облегчая проблемы собственной жизни. При этом зритель сопереживает коллизиям, испытывает спектр разных чувств к героям, проявляет эмпатию, представляет их рядом с собой, даже иногда синкретизируя и включаясь в процесс, что тоже положительно отражается на эмоциональном состоянии и способствует росту популярности сериала как жанра.

Выводы

Фигура главного персонажа телесериала, выражаемый им образ, стиль, тип как сумма характеристик – все это оказывается одним из методов влияния на зрительскую аудиторию. Телесериал как культурный текст обладает такими свой-

ствами, как открытость и клишированность, что отражается через его функцию означивания, переозначивания и смешивания разных смыслов путем их кодирования, декодирования, перекодирования. Телевизионный сериал многофункционален и предполагает пролонгированность

во времени. Он одновременно выступает средством коммуникации, информационным полем создания смыслов и образов, инструментом психологического воздействия на зрительскую аудиторию через приемы компенсаторности, идентичности, адаптации и контрадаптации.

Список литературы

1. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. М.: Изд-во Московского университета, 2004. 415 с.
2. Абраменкова В. Т. Дети и телевизионный экран // Воспитание школьников. 2006. № 6. С. 28–31.
3. Волохова Н. В. Л. Н. Толстой о роли искусства в формировании общества и человека // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 4-3 (43). С. 181–187.
4. Бацына Я. В. Влияние средств массовой информации на общество. Проецирование моделей телевидения на поведение тинейджеров // Перспективы: сборник научных статей аспирантов. Н. Новгород, 2005. Вып. 4. С. 96–106.
5. Кушнарева И. Как нас приучили к сериалам // ЛОГОС. 2013. № 3 (93). С. 67–78.
6. Акопов А. З. Сериал как национальная идея // Искусство кино. 2000. № 2. С. 12–28.
7. Арсеньев В. В. Эпоха сериалов в России только начинается // Искусство кино. 2000. № 2. С. 10–14.
8. Бразильский сериал «Вавилонская башня». URL: https://www.vokrug.tv/product/show/vavilonskaya_bashnya/ (дата обращения: 15.06.2021).
9. Детективный сериал «Босх». URL: <https://www.kino-teatr.ru/kino/art/serial/3859/> (дата обращения: 05.07.2021).
10. Российский комедийный сериал с элементами мелодрамы «Восьмидесятые». URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Восьмидесятые/> (дата обращения: 25.06.2021).
11. Бердяев Н. А. Смысл творчества. М.: АСТ, Астрель, 2010. 358 с.
12. Гуревич П. С. Культурология: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2017. 448 с.
13. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия (Фрагменты) // Личность. Культура. Общество. 2004. № 1 (21). С. 303–312.
14. Барт Р. Мифология. М.: Академический Проект, 2008. 351 с.
15. Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения: Анти-Эдип. Екатеринбург: У-Фактория, 2007. 670 с.
16. Деррида Ж. Поля философии. М.: Академический проект, 2012. 376 с.
17. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Нева, 2001. 354 с.
18. Грушин Б. А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987. 368 с.
19. Денисова А. И. Сериал как культурное и субкультурное явление // Аналитика культурологии: сборник статей / Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина. Тамбов, 2012. С. 12–23.
20. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2000. 864 с.
21. Поберезникова Е. В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. М.: Аспект Пресс, 2004. 224 с.
22. Ковалев П. А. Молодежная аудитория телевидения // Знание. Понимание. Умение. 2006. № 4. С. 34–39.

References

1. Zemlyanova L. M. *Kommunikativistika i sredstva informatsii* [Communication studies and mass media]. Moscow, Publishing House of Moscow University, 2004. 415 p.
2. Abramenkova V. T. *Deti i televizionnyi ekran* [Children and the television screen]. *Vospitanie shkol'nikov = Education of Schoolchildren*, 2006, no. 6, pp. 28–31.
3. Volokhova N. V. L. N. Tolstoi o roli iskusstva v formirovanii obshchestva i cheloveka [L. N. Tolstoy on the role of art in the formation of society and man]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta = Proceedings of the Southwest State University*, 2012, no. 4-3 (43), pp. 181–187.
4. Batsyna Ya. V. [The influence of mass media on society. Projecting television models on the behavior of teenagers]. *Perspektivy. Sbornik nauchnykh statei aspirantov* [Prospects. Collection of Scientific Postgraduates]. N. Novgorod, 2005, is. 4, pp. 96–106. (In Russ.)
5. Kushnareva I. *Kak nas priuchili k serialam* [How we were accustomed to TV series]. *LOGOS = LOGOS*, 2013, no. 3 (93), pp. 67–78.
6. Akopov A. Z. *Serial kak natsional'naya ideya* [TV series as a national idea]. *Iskusstvo kino = The Art of Cinema*, 2000, no. 2, pp. 12–28.
7. Arsenyev V. V. *Epokha serialov v Rossii tol'ko nachinaetsya* [The era of serials in Russia is just beginning]. *Iskusstvo kino = The Art of Cinema*, 2000, no. 2, pp. 10–14.
8. *Brazil'skii serial "Vavilonskaya bashnya"* [The Brazilian TV series "The Tower of Babel"]. Available at: https://www.vokrug.tv/product/show/vavilonskaya_bashnya. (accessed 15.06.2021)
9. *Detektivnyi serial "Boskh"* [Detective series "Bosch"]. Available at: <https://www.kino-teatr.ru/kino/art/serial/3859/>. (accessed 05.07.2021)
10. *Rossiiskii komediinyi serial s elementami melodramy "Vos'midesyatye"* [Russian comedy series with elements of the melodrama "The Eighties"]. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Eighties/. (accessed 25.06.2021)
11. Berdyaev H. A. *Smysl tvorchestva* [The meaning of creativity]. Moscow, AST, Astrel Publ., 2010. 358 p.
12. Gurevich P. S. *Kul'turologiya* [Culturology]. 5th ed. Moscow, KNORUS Publ., 2017. 448 p.
13. Habermas Yu. *Teoriya kommunikativnogo deistviya (Fragmenty)* [Theory of communicative action (fragments)]. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo = Personality. Culture. Society*, 2004, no. 1 (21), pp. 303–312.
14. Bart R. *Mifologiya* [Mythology]. Moscow, Academic Project Publ., 2008. 351 p.
15. Deleuze J., Guattari F. *Kapitalizm i shizofreniya: Anti-Edip* [Capitalism and schizophrenia: Anti-Oedipus]. Yekaterinburg, U-Factoriya Publ., 2007. 670 p.
16. Derrida J. *Polya filosofii* [Fields of Philosophy]. Moscow, Academic project Publ., 2012. 376 p.
17. Harris R. *Psikhologiya massovykh kommunikatsii* [Psychology of mass communications]. St. Petersburg, 2001. 354 p.
18. Grushin B. A. *Massovoe soznanie: opyt opredeleniya i problemy issledovaniya* [Mass consciousness: experience of definition and problems of research]. Moscow, Politizdat Publ., 1987. 368 p.
19. Denisova A. I. [The series as a cultural and subcultural phenomenon]. *Analitika kul'turologii. Sbornik statei* [Analysis of cultural studies. Collection of Art]. Tambov, Tambov St. Univ. named after G. R. Derzhavin Publ., 2012, pp. 12–23. (In Russ.)
20. Kara-Murza S. G. *Manipulyatsiya soznaniem. Vek KhKhI* [Manipulation of consciousness. Century XXI]. Moscow, Algorithm Publ., 2000. 864 p.
21. Poberezhnikova E. V. *Televidenie vzaimodeistviya. Interaktivnoe pole obshcheniya* [Interaction Television. Interactive field of communication]. Moscow, Aspect Press Publ., 2004. 224 p.
22. Kovalev P. A. *Molodezhnaya auditoriya televideniya* [The youth audience of television]. *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Skill*, 2006, no. 4, pp. 34–39.

Информация об авторах / Information about the Authors

Волохова Наталья Владимировна, доктор философских наук, профессор кафедры философии, Курский государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: volna-sha@rambler.ru,
ORCID: 0000-0002-7048-3509,
Scopus Author ID: 57189517020,
Researcher ID: T-7441-2018

Постников Алексей Викторович, аспирант кафедры философии, Курский государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: lesha.postnikov.97@mail.ru

Natalia V. Volokhova, Doctor of Philosophical Sciences, Professor of the Department of Philosophy, Kursk State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: volna-sha@rambler.ru,
ORCID: 0000-0002-7048-3509,
Scopus Author ID: 57189517020,
Researcher ID: T-7441-2018

Alex V. Postnikov, Post-Graduate Student Department of Philosophy, Kursk State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: lesha.postnikov.97@mail.ru