

Аксиологические основания медиаконтента на материале современных сериалов

Научный руководитель – Березовская Софья Сергеевна

Соколовская Римма Олеговна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Институт искусств и культуры, Томск, Россия

E-mail: rimmochka_x@mail.ru

В современном глобализированном мире массовая культура является универсальной культурной парадигмой. Широкое разнообразие информации и развлечений позволяет до известных пределов трансформировать личность человека. Одним из наиболее востребованных продуктов масскульты является сериал. Он участвует в социокультурном воспитании человека в том смысле, что способен привить потребителю контента определённые взгляды на жизнь, некие ценностные представления, тем самым, расширяя и даже меняя его картину мира. Учитывая, что «новый американский сериал» превратился в поле для мысли многочисленной аудитории, представителей разных поколений, инаковых интересов, от обывателей до интеллектуалов» [1], важно понять ценностную рамку, конструируемую производителями популярных сериалов. Для этого, прежде всего, обратимся к категории *ценности* - она разрабатывается в философии Г. Риккерта [2], который увязывает его с такими понятиями, как «*оценка*» и «*благо*». По мысли Г. Риккерта, сталкиваясь с многообразными феноменами культуры, субъект даёт им оценку и в случае, если эти феномены содержат в себе ценности, то он маркирует их как благо. Впоследствии учёные объединяют ценности в кластеры, по-разному иерархизируют их. Так, Л. В. Воробец приводит следующую классификацию: *антропологические ценности* - физические и психические ценности, отвечающие за внешний облик человека и его душевные качества; *социальные* - понятие семьи, государства, коллектива; *ценности культур* - художественные, научные, технологические ценности; *ценности общения* - дружба и любовь, игра и ритуал; *ценности природы* - это различные виды её субъективизации и аксиологического моделирования [3]. Думается, что весь этот аксиологический диапазон воплощается в материале телевизионных сериалов.

На восприятие и осмысление ценностей зрителем влияет и так называемый *сеттинг*: как выглядит «вселенная» сериала, в каких терминах она описывается? К примеру, сюжет популярного телесериала «Отчаянные Домохозяйки» (2004 - 2012 гг.) разворачивается на фоне типичной улицы американского пригорода - Вистерия Лейн, в то время как действие культового сериала «Игра престолов» (2011 - 2019 гг.) происходит на континенте Вестерос. Добавим также, что ценностные приоритеты героев телевизионных сериалов «фактически выступают в качестве рубрикаторов сегментирования рынка, информационного потока и информационного пространства» [4]. Неслучайно современные сериалы вбирают в себя самые разные нарративы - это может быть история некоего человека или социальной группы - учёных («Теория большого взрыва»), врачей («Клиника», «Доктор Хаус»), телеведущих («Утреннее шоу»), Римской курии и папства («Молодой Папа») и т.д. Более того, сериалы сегодня действительно становятся «зеркалом» определённых социальных трендов. Скажем, популярный комедийно-драматический сериал «Почему женщины убивают» (2019 г.) позволяет нам в хронологическом порядке проследить развитие семейных уз на западе от патриархального брака, характерного для 1960-х гг., через светский брак

(1980-е гг.) до открытого брака, предполагающего полиаморные отношения супругов (2019 г.).

Нужно признать, что в настоящее время сериалы как никогда чутко реагируют на повестку дня. Одними из наиболее обсуждаемых тем в сегодняшнем медиадискурсе являются такие темы, как харассмент, бодипозитивное движение и т.д. В контексте разговора о бодипозитиве можно вспомнить комедийный веб-сериал «Высочка» (2019 г.), главная героиня которого (Энни Истон) позиционирует себя как непривлекательная молодая особа, что, впрочем, не мешает ей реализовать свои карьерные амбиции.

Таким образом, в сериалах последнего десятилетия со всей очевидностью возникают темы и персонажи, встреча с которыми в мыльных операх 1990-х гг. (по сути, первые телесериалы) практически исключена, что связано, во-первых, с трансляцией сериалов на независимых веб-площадках (Youtube, Netflix, Okko, Orog и другие), что исключает цензуру. Следовательно, значительно расширяется спектр тем, о которых говорится в сериалах. Происходит визуализация ценностей нового поколения, которые сводятся к эстетизации всякого несовершенства. Этим обусловлено появление в сериалах неидеальных героев; фокус интереса смещается с интерьеров фешенебельных особняков, в которых проживают «богатые и знаменитые», к повседневности. Однако это не отменяет того факта, что «ценности массовой культуры, реализуемые в её артефактах (продуктах), выражают представления о жизненном комфорте, социальной стабильности и личностном успехе» [4].

Источники и литература

- 1) Пеннер Р. В. Эстетический феномен телевизионного сериала и его место в современном культурном континууме // Известия высших учебных заведений. Уральский регион, № 2. 2015. С. 8-96.
- 2) Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. М., 1995.
- 3) Воробец Л. В. Аксиологические основания массовой культуры // Диссертация кандидата культурологии: 24.00.01., Культурология. Комсомольск-на-Амуре, 2006.
- 4) Тульчинский Г. Л. Культура в шопе // Нева: Ежемесячный литературный журнал, Сер. 2. Культурология. 2007. С. 128-149.