

який має бути (ймовірно і необхідно) притаманний усім, хоча завжди бракує емпіричних підтверджень такого очікування.

Рецепція спільного як відповідальність за нього відрізняється від рецепції спільного шляхом наслідування.

Список використаних джерел:

1. Гройс Б. Поп-вкус / Борис Гройс // Гройс Б. Комментарии к искусству. – М. : Художественный журнал, 2003. – с. 225 – 240.

2. Дюв де Т. Глокальное и сингуниверсальное // Художественный журнал. - № 84 [Електронний ресурс] / Тьерри де Дюв. – Режим доступу : <http://permm.ru/menu/xzh/archiv/84/terri-de-duv.html>. - Назва з екрану.

3. Шестаков В. А. Формирование понятия культурные ценности [Електронний ресурс] / В. А. Шестаков. – Режим доступу : <https://isomuseum.files.wordpress.com/2010/05/notion-of-a-cultural-value.pdf>. - Назва з екрану.

4. Duve de Thierry. The Post-Duchamp deal. Remarks on a few specifications of the world 'Art' // Filozofski vestnik. – Vol. XXVIII. – № 2. – 2007. – P. 27 – 38.

«СЕРІАЛЬНИЙ БУМ» У КОНТЕКСТІ ЦІННІСНИХ ЗМІН СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Меднікова Галина Сергіївна,
*доктор філософських наук, професор
кафедри культурології
НПУ імені М.П. Драгоманова*

У дискусіях щодо покоління «ЯЯЯ» (покоління Y, міленіалів) переважають негативні аспекти, хоча на сьогоднішній день немає наукових праць, в яких би аналізувалась своєрідність їх цінностей, відношення до життя у контексті соціально-культурних трансформацій сучасного суспільства.

У 90-і роки ХХ ст. німецький дослідник Герхард Шульц запропонував теорію «суспільства вражень» («суспільства переживань»), яке приходить на зміну суспільства споживання, що

основується саме на ціннісних трансформаціях людей, в першу чергу молоді. Він відзначив загальну переорієнтації споживацьких мотивів із зовнішніх на внутрішні, на яких людина стала вибудовувати стратегію власного життя. По-перше, це повністю змінило логіку соціальної поведінки, коли, наприклад, під час покупки стала неважливою демонстрація соціального статусу і створення певного іміджу. По-друге, змінився тип раціональності, коли під час покупки головним стає переживання радості, задоволення, отримання нових відчуттів. Тобто в «суспільстві вражень» головною цінністю стає яскравість і глибина життя, максимальна інтенсивність власних відчуттів, вражень у швидкоплинному світі. Це вплинуло на мотиви створення родини, стилю життя: подорожі, туризм, орієнтація на проведення вільного часу в колі однодумців. Індивідуальна установка стала переважаючою, тобто сам індивід став критерієм успіху власної дії, став шукати власні неординарні шляхи для вирішення проблем.

Ціннісні орієнтації покоління «ЯЯЯ» змінюються у тому ж напрямі. А саме розвитку відчуття власної гідності, самовпевненості, егоцентричності, часто неадекватно завищеної оцінки себе, що можна пояснити складністю інтерпретації внутрішнього стану, неусвідомленістю засобів досягнення бажань. Вони ніколи не займатимуться нецікавою для них справою, а шукатимуть роботу, що дає релевантний досвід. Спілкування для них стає вищою цінністю, але не в інформаційному, а в емоційному плані. Завдяки соціальним мережам і глобалізації швидкість ціннісних змін у молоді різних країн йде однаково, вони краще розуміють один одного, ніж різні покоління в одній країні. Адже не володіючи мовою, вони багато подорожують світом, тому що це дає величезний простір для розвитку чуттєвості і багатоманітних переживань, що оцінюється старшим поколінням як легковажність, невміння піклуватися про насущні справи, вибудовувати перспективу буття, продовження періоду дитинства.

Основним споживачем «серіального буму» останнього десятиріччя є молодь. Крім того, що це актуальна змістова тематика для спілкування, сучасна серіальна продукція актуалізувала повсякденність як сферу індивідуального смислотворення, яке зрозуміле для кожного. Культурологічні поняття «повсякденність»,

«культурні практики» дають можливість крізь призму переживань, відчуттів і вражень аналізувати життя як простір осмисленого існування людини.

З другої половини 2000-х років з'явилися якісні, високохудожні американські серіали (також зарахуємо англійські «Чорне дзеркало», «Шерлок» та інші), які стали формувати зрозумілу картину світу для мільйонної аудиторії, розширяти уяву про реальність, в якій, незважаючи на складність, драматичність, трагічність, можна жити, працювати і отримувати від цього задоволення.

Першою ластівкою цього феномену став серіал «Твін-Пікс», створений Девідом Лінчем на початку 90-х років ХХ століття. За останнє десятиріччя повністю склався новий пласт «серіальної» популярної культури з якісною формою та глибоким змістом. Кожен серіал – це думка, неочікувана ідея і водночас якість викладу літературного матеріалу. Ця культура сформувала, не можна сказати, що інтелектуальну, але психологічно «просунуту» аудиторію. Молодіжну аудиторію серіалів хвилюють проблеми сучасності, які пов'язані з впливом інформаційних технологій на наше життя і переживання людських відношень, можливість моральності у сфері політики та великого бізнесу, і головне для кожного, як впоратись з проблемами особистого життя, чи плести по течії життя, прагнучи не потонути, чи боротися з обставинами, як не втратити свій шанс у житті, як бути привабливим та успішним.

Популярність сучасних серіалів обумовлена тим, що вони про наше повсякденне життя, яке стає цінністю. Персонажі, такі ж люди як і ми, трошки пліткують, плетуть інтриги, шантажують. Герої ставлять свої цілі, досягаючи їх, або провалюючи, приймають не прості і часто невірні рішення (тому що однозначно вірних не може існувати), люблять, ненавидять, страждають. Прагнення, надії, перемоги, поразки показані так реалістично і психологічно обґрунтовано, що глядач дорослішає від серії до серії. Екран допомагає не просто спостерігати, але й аналізувати поведінку інших і себе у схожих ситуаціях. Сучасні американські серіали – це надзвичайно напружені людські драми, які повні інтриг, зради, вбивств, ревності та любові.

Серіальна культура останніх років створює фактично естетичну декорацію повсякденності («Mad Men», «Ганнібал»), коли важливою стає кожна деталь: автомобілі, інтер'єри, одяг – все

продумано до дрібниць. Предметний фетишизм – все існує у своїй епосі, як наприклад, у серіалі «Mad Men» у чоловіків темні костюми, білі сорочки, вишукані зачіски, у жінок тільки сукні, ідеально укладене волосся, масивні коштовності, яскраво червоні губи, манікюр. У людей з'являється розуміння культурної бази того чи іншого предмету, знака, символу, слова.

Ці серіали сприймаються молоддю як посібник з формування смаку: як, що і коли носити, підказка, який гудзик піджака можна не застібати, в яких випадках розв'язаний вузол краватки надає шарм тощо.

Сучасним американським серіалам притаманна чеховська інтонація, атмосфера ненав'язливості, м'який натяк в епізоді, діалозі, який не отримує миттєвого розвитку. Повернення до нього відбудеться у наступних серіях і лише тоді виникає цілісна, дивовижно тонка психологічна лінія розвитку сюжету. Кожен з героїв прямує назустріч долі своїм шляхом. «Атмосферності» серіалів сприяє й неповторний, саундтрек, який створює інтенсивне емоційне забарвлення.

Життя, пов'язане з переживаннями – це те, що доступно і зрозуміло кожному. Серіали залишають незабутні враження, що наповнюють нашу повсякденність, їх емоційний тон, харизматичні образи, яким хочеться наслідувати супроводжує нас у житті. Вони виховують тонке відчуття ситуації, бажання жити сьогоdnішнім днем, так як завтрашнього немає.

Сучасні серіали створили абсолютно нову зрозумілу мову розповіді про переживання людини. Це візуальна форма нарративного роману, яка задовольняє потребу молоді у розповідях-роздумах і дає відчуття дотичності до великих історій в умовах швидкоплинного, кліпового життя, відчуття розміреності у нашому шаленому ритмі. Вона характеризується продуманістю, динамічністю сюжету, захоплюючими ситуаціями, діями, які насичені драматизмом. Розвиток характеру персонажу в серіалах відбувається в залежності від обставин як у реалістичному романі XIX ст. (наприклад, образ секретарки Дрейпера Пеггі Оксен у серіалі «Mad Men»: від сірої мишки до талановитої амбіційної красуні). До деталей продуманий кожен персонаж: всі вони харизматичні, яскраві, індивідуальні. Немає позитивних і негативних персонажів, немає супергероїв та суперзлодіїв,

це світ звичайних людей, що відрізняються від нас тільки роком народження. Вкрай виразні другорядні персонажі (масовка), що надають романну об'ємність серіалам, а діалогам – довершеності і змістовності.

Серіальна наративно-візуально романна форма має жанрову багатовимірність тексту: це і мелодрама і виробнича драма, тонка соціальна та політична сатира на Америку («Картковий будинок», «Mad Men»), але все це об'єднане психологічною драмою: у центрі люди, переживання їх відносин, а не робота і світ навколо. Незважаючи на зовнішній гламур та ауру успішності серіал «Mad Men» про страждання і внутрішні конфлікти людей.

В сучасних серіалах не має чистоти жанру: канон фентезі в серіалі «Ігри престолів» наповнений реальною людською історією, психологічною драмою. Його зміст представляє мозаїку архетипних сюжетів, цікавих всім: і медієвістам, й прихильникам фентезі, і поціновувачам детективів, авантурних історій і політичних алюзій.

Кожен серіал має свою оригінальну стилістику, але загальне для всіх – природність і абсолютна автентичність, будь це автентична стилізація 60-х («Mad Men»), середньовіччя («Ігри престолів»), або сьогодення («Картковий будинок»).

Серіали дають можливість відчувати культурні особливості певної епохи. Наприклад, серіал «Mad Men» відтворив багатогранність американської культури 60-х років, тієї «золотої епохи» США, коли сформувався американський міф, і талановитих творців красивої мрії, успішної історії цілої держави. Стилізація у серіалі «Mad Men» вражає: симпатичні секретарки, самовпевнені боси, новітні хмарочоси, затишні ресторанчики, а також стильний консерватизм часу: денатуралізація звичного життя, коли не використовували дезодорантів, багато пили і курили. Для російських фільмів (на жаль, цікавих телесеріалів для культурологічно-філософського аналізу ми не знаходимо) такою епохою, що постійно стилізується, міфологізується є культура початку ХХ століття – «Срібне століття» – як час високої культури (Натурщиця, Морфій Балабанова, Гаспартум О. Германа, Пан оформитель та ін.).

Нова серіальна культура відкриває очі на стильність власної епохи і сприяє виявленню внутрішньої свободи, створює

несвідомі соціально-культурні установки у масового глядача на культурне збагачення.

Така ціннісна ознака сучасної молоді як толерантність близька ненормативності героїв серіалів, коли негативним героям характерні людські якості, у найуспішніших, жорстоких, безпринципних з'являються людські слабкі сторони і болючі місця. Це викликає емпатію до них, хоча ніхто не хоче бути схожим на доктора Хауза. Серіали вчать сприймати «чужу правду», співчувати людині, яка заплуталась і це сприяє розширенню свідомості молоді.

Сучасні американські серіали повністю руйнують стереотипи попередньої серіальної продукції, в яких глядача навчили, що добро, справедливість, які би інтриги і жахи не відбувалися, всі одно перемагають. Але в серіалі «Гра Престолів» благородні, страждаючи, порядні Старки гинуть вже наприкінці першого і в другому сезоні. Їх резиденція Вінтерфел зруйнована і спалена до тла як символ того, що справедливості не існує.

Цікава соціальна вмотивованість нової серіальної культури, коли за сюжетами стоїть шокуючий прообраз нашої реальності. «Сім королівств» у «Грі Престолів» – це світ континентальної Європи, людське пекло з політичними інтригами, локальними війнами. Фактично, це «нове середньовіччя», «темні віка», що наступили на початку ХХІ ст. «Гра Престолів» – це своєрідна енциклопедія, в якій кожен може віднайти спрощені відповіді на різні питання людської цивілізації. Це як би безучастний літопис, в хроніках якої згадуються сотні рівноцінних персонажів, з якими може відбутися що завгодно в будь-який момент.

Всі дії героїв, складні сюжетні ходи мотивовані жорсткою логікою: релігійними нормами, юридичними законами, генеалогією і стають зрозумілими. Політичні інтриги, коли мерзотник може стати президентом («Картковий будинок»), боротьба за владу приводить до кровопролиття («Ігри престолів»). У світі існує безпринципність і слабкість, моральна подвійність, беззмістовний фанатизм, витончені хитрощі, адже й в таких умовах можна вибрати свій шлях і слідувати йому до кінця, але ціль ніколи не виправдовує засоби її досягнення.

В серіалах простежується й гендерний аспект: матері, дружини, доньки такі ж повноправні герої як й політики, королі, рицарі.

«Ігри престолів» – серіал, якій зафіксував певний поворот у медійній культурі, коли споживання Великих Історій у культурі відбуваються одночасно у синтезі різних медіа: друкованої продукції (роман Джоржа Мартіна «Пісня льоду й полум'я» майже одразу був екранізований, принаймні, мільйонна аудиторія споживачів про його існування дізналась з виходом серіалу), візуальної (серіал) і стратегічно-ігрової (комп'ютерні ігри). Сюжетні лінії роману, серіалу і комп'ютерних ігор дещо розходяться і глядач одночасно читає, переглядає, грає, переймаючись тими емоціями, які не дав йому попередній медіаносій. Зараз виникає симбіоз трьох медіа, який, на нашу думку, незабаром стане єдине можливою формою розповіді і споживання великих наративних сюжетів. Цей феномен потребує вивчення змін у споживацькій культурі молоді і особливостей функціонування культурних продуктів у медіа епоху.

Такий феномен культури «нових» медіа, як трансмедіа (тексти-«трансформери» створюються таким чином, що вони можуть розпастися на різні, потенційно нескінченні сюжети і жанри і просуюються через множинні розподільні канали з метою створення не уніфікованого, координованого досвіду розваги). Прикладом розвитку трансмедійного культурного продукту є проект «Гра престолів», що включає фільм, серіал, книги, комп'ютерні ігри, через аналіз окремого «твору» просто неможливо вже отримати багатоманітність переживань.

Таким чином, нові американські серіали – це цільний культурний феномен, що формує культуру повсякдення і, навпаки, сучасна культура повсякденного життя потребує якісних серіалів, тому що за останні двадцять років під впливом культурних практик все більше людей отримують задоволення від таких простих речей як вечеря в ресторані, від якісних речей, що придбані у брендовому магазині, зачіски в барбершоп, відвідування фітнес-клубу. Серіали стають універсальним гідом у складному світі, де ми живемо.

Сучасна «серіальна культура» ще раз підтверджує, що сутність культури сьогодні змінилася, вона стала комунікативною за своїм характером, а не ідеологічною. Серіали сьогодні показують багатоманітність культурних практик як простір повсякденного, зрозумілого існування, де людина діє у горизонті осмисленості.

Список рекомендованої літератури:

1. Безумцы и философия: Все не то, чем кажется / ред. Серии У. Ирвин; под ред. Р. Карвета и Дж. Саута. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011. – 261 с. – («Философия поп-культуры»).
2. Кушнарєва И. Как нас приучили к сериалам / И. Кушнарєва. – Логос. – №3. – 2013. – С.9-20.
3. Хитров А. «Безумцы» и условность социальных норм/ А. Хитров. – Логос. – №3. – 2013. – С.118-138.
4. Gerhard Schulze, Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart (Campus Verlag, Frankfurt/New York 1992) S. 37.
5. Die Sünde. Das schöne Leben und seine Feinde. Campus, Frankfurt am Main 2006, ISBN 3-446-20672-8.

МИСТЕЦТВО ПОМИЛКИ ЯК ЕСТЕТИКА ПОТВОРНОГО

Пруденко Яніна Дмитрівна,
к. філос. наук, доцент НПУ імені М.П. Драгоманова
ya.prudenko@gmail.com

Мистецтво помилки, або глітч-арт, на сьогодні є одним з найпопулярніших феноменів сучасного мистецтва. Так, наприклад, у жовтні 2010 року та у листопаді 2011 року було проведено дві конференції GLI.TC/Н одночасно у Чикаго (США), Амстедамі (Нідерланди) та Бірмінгемі (Велика Британія), основною темою яких став аналіз нового культурного феномену – глітчу. 2013 року було засновано міжнародне бієнале нового цифрового мистецтва the WRONG, присвячене глітч-арту, яке відбувалося з листопада 2013 року по січень 2014 року одночасно на трьох континентах. Вперше художники та дослідники, що створюють та досліджують глітч-арт об'єдналися в єдину платформу 2002 року під час Glitch Symposium, який було проведено в Осло (Норвегія). Виставки та конференції, присвячені глітч-арту на сьогодні проводять найповажніші галереї, музеї та дослідницькі інституції по всьому світу.

Не дивлячись на таку популярність даного феномену у світі в Україні першу виставку глітч-арту «Дресировані глітчi» (Мала га-