

Телевізійна й радіожурналістика

2005

Оксана Косюк

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул.Університетська, 1, 79000 Львів, Україна,

e-mail: o_kosuk@ukr.net

Розглянуто проблему патогенності релаксаційної продукції електронних ЗМІ.

Ключові слова: медіаграмотність, маркування, патогенна продукція, критичний аналіз, гра, евристична діяльність.

У Мінську 14-16 лютого 2003 року відбулася ініційована Європейським інститутом ЗМІ та ОБСЄ міжнародна конференція “Трансформація телебачення у країни з перехідним процесом”, виступаючи на якій, експерт Душан Радич зазначив, що, за даними моніторингу, саме в українському медіапросторі транслюється найбільше сцен насилля, жорстокості, еротики. Представник Європейського інституту із законодавства у сфері ЗМІ Петер Стротман, наголошував, що український телевізійний екран “є сьогодні найбруднішим” у Європі. Це мало б тривожити не тільки Україну, а й усе світове співтовариство [8].

Щоб ініціювати в Україні рух за недопущення на екрани показу проявів екстремізму, жахів, насилля та непристойностей, під патронатом Голови Національної ради Б. Холода зібралися перший віце-президент Національної телекомпанії Ю. Айвазян, Генеральний продюсер студії “1+1” О. Роднянський та в.о голови правління телекорпорації “Інтер” В. Ряшин. У проєкті винесеного на обговорення соціального “Меморандуму” трьох керівників ТРО запропоновано впровадження на усіх телеканалах з 1 вересня 2003р. індексації продукції для різних категорій населення відповідним знаком.

© Косюк О., 2005

Однак серйозних наукових напрацювань щодо результативності маркування поки що немає. На нашу думку, продукція, відмічена позначкою “для дорослих”, стала не застереженням, а навпаки привабою для дітей та підлітків. Адже в окресленій ситуації “у гру вступає” біблійна істина про солодкий заборонений плід. Строго заборонене одразу стає дорогим і бажаним. Таке маркування, на нашу погляд, є малоефективним способом нейтралізації згубного впливу релаксаційної продукції.

Аби не бути голослівними – наведемо приклад. Нещодавно на екрани столиці Російської федерації вийшов найскандальніший проект конкурсної програми Каннського фестивалю 2003 року – фільм французького режисера Гаспара Ное “Безповоротність” (історія згвалтування, відзнята із документальною точністю). Перед трансляціями французькі прокатники наполегливо просили вказати на афішах, що фільм не рекомендується переглядати схильним до емоційних стресів. Однак до них не прислухалися. Кінофільм переглянуло чимало москвичів. Для багатьох, до речі, це закінчилося трагічно).

“Шоу” справді виявилось понадміру реальним, та ще й з усіма порушеннями “казковості жанру” (за О. Петрунько): “страшний” персонаж – уособлення зла – був не якоюсь там потворою, а звичайнісінькою реальною людиною; вражала життєва реалістичність подій, а також психологічна невиправданість і тривала демонстрація страждань. Ситуація перегляду виявилася вкрай несприятливою з погляду “порушень табу” і, насамкінець, – глядачі були психологічно не підготовлені (якщо не враховувати маркаційних “застережень”) до сприймання подібної інформації [3].

Вочевидь, проблема тут не у продукції, а в реципієнті? “Якщо не вдається переробити медіа, – зазначає директор Львівського інституту екології масової комунікації Б. Потятиник, – то треба змінити їхню аудиторію”. У численних публікаціях вчений наголошує, що саме такий підхід застосовує медіаосвіта з її намаганням прищепити “психологічний імунітет” до патогенного впливу засобів масової комунікації [4, с.10].

Відомий кінорежисер Федеріко Фелліні, зпівставляючи театральну й телевізійну аудиторії, виявив, що це цілковита протилежність. Якщо театральні відвідувачі не є господарями становища і мають багато зобов’язань, то телеглядачі, згідно з морфологією техногенної масової комунікації, – власники, що купили право розважатися. “Ти повинен бути дуже цікавим та інтригуючим, –

зазначає Фелліні в інтерв'ю для працівників телебачення, бо телеглядач, цей господар, що купив тебе, у випадку, якщо ти негайно не розважаєш, вими-

кає телевізор чи змінює програму, звільняючись від будь-яких зобов'язань

[6, с.147].

Наголошуючи на цілковитій відсутності “обрядовості сприймання”, відомий кінорежисер недвозначно натякає на те, що раз певна продукція (особливо повсюдно критикована – релаксаційна) користується успіхом, то це аж ніяк не випадково, бо те, що прагнуть дивитися мільйони, – потрібне, і за своїм не до кінця зрозумілим еквівалентом якості є навіть “елітарним”. “Особисто я, – зазначає Девід Фрост, – глибоко переконаний – телеглядачі набагато розумніші, аніж про них думають, вони просто не відчують потреби у перегляді монотонних неінтригуючих програм” [6, с.43].

Отже, аби продовжувати розмову про “наркотичну залежність” аудиторії від “патогенної” продукції, передусім з'ясуємо, у чому ж полягає секрет надзвичайної споживаності цього “опіуму”.

Провідний медіапедагог О. Федоров серед причин такої популярності називає:

– фольклорність основи;

– видовищність жанру;

– систему “емоційних перепадів”;

– опору на функцію компенсації та рекреацію;

– авторську інтуїцію [7, с.515].

“Як у вельми проникливій народній казці про клопіт дрозда із лисич-

кою, – напівіронічно вторить йому О. Забужко, – котра вимагала себе спочатку нагодувати, напоїти, а з тим послідовно насмішити й настрашити (навдивовижу точний перелік підставових потреб маси!): щоб без усяких там катарсисів “смішити” й “страшити”, не потрібно нічого, крім професіоналізму” [7, с.30].

“Секрет успіху” релаксаційної продукції, на думку О. Федорова, ховається ще й за “прийомами маніпулятивного впливу”. А саме:

– гра у простонароддя;

– “оркестрування” (омана);

– “селекція” (підтасування фактів);

– “наведення рум’ян” (фальшива прикраса);

– “проекція” (штучне перенесення якостей);

– “свідчення” (посилання на псевдоавторитети);

– “приклеювання ярликів” (безпідставні звинувачення чи виправдання).

Ефективність маніпуляції залежить, на думку вченого, від рівня її застосування.

– Психофізіологічний рівень передбачає вплив на найпростіші емоції;

– Соціально-психологічний, сказати б – компенсаторний – створює ілюзію здійснених бажань. Здебільшого шляхом ідентифікації з персонажами.

– Інформаційний сприяє швидкому отриманню потрібної інформації. Приміром – порнографічної.

– естетичний – естетизує патогенну інформацію, сприяючи розповсюдженню сексу, насилля, натуралізму [7, с.81].

На думку учених, медіаманіпуляції будь-якого рівня можуть бути знищені шляхом “просіювання” інформації, зняття з неї “ореолу” авторитетності або ж простонародності, словом, – через критичний аналіз.

К. Безелгет, Е. Харт пропонують універсальну схему такого аналізу:

“Категорії” (види, жанри, форми);

“Технології” (як створюються тексти);

“Мова” (наше розуміння змісту);

“Аудиторія” (на кого розраховано);

“Репрезентація” (як представлена реальність) [7, с.129-131].

Результатом такого просіювання медіапродукції є розвиток комунікативних можливостей реципієнта, критичного мислення, вміння декодувати й оцінювати якість медіатекстів та самовиражатися за їх допомогою.

Успіх критичного аналізу, як зазначають медіапедагоги, залежить від рівня сприймання інформації, що може бути: наївно-примітивним (фабульним), посереднім (сюжетним, сенсорно-мотиваційним) або ж – креативним (комплексної ідентифікації), що передбачає яскраво виражене творче начало у різних аспектах діяльності, передусім – ігровій. Учасник лудологічної діяльності вбачає у ЗМІ не лише засіб комунікації та ретрансляції реальності, а й стимул для розвитку власних умінь і навичок декодування.

Креативний аналітичний рівень немовби повертає реципієнта у прадавній фольклорний світ притчевих структур, що “одягають” на сучасну масову комунікацію (яка зримо лаштується під архаїчну стилістику інтерпретацією міфів на основі сталої системи сюжетів та образів) “маску мітологічності”. Медіатекст у цій ситуації наче очищається від нашарувань цивілізацій, повертаючи собі первісне значення.

Ю. Лотман вважав, що, якщо дозволити собі певну міру спрощення й ототожнити пам'ять із збереженням текстів, можна виділити "пам'ять інформативну" та "пам'ять креативну" (творчу). Інформативна забезпечує збереження технологічної інформації. "Приклад творчої – пам'ять мистецтва. Тут активною є уся товща текстів (у чому ми могли переконалися, досліджуючи види релаксаційної продукції електронних ЗМІ – О. К.). Актуалізація тих чи інших текстів кориться складним законам загального культурного руху і не може бути зведена до формули "найновіші", "найцінніші" [1, с.674]. Судження є надзвичайно актуальним щодо великої кількості вірців екранного гедонізму, які в інтерпретуванні сучасних дослідників постають як другосортна продукція. Хоча насправді це явище іншої системи цінностей.

Достеменно відомо, що, переступаючи межі епох, цивілізацій, культурні тексти трансформуються, доповнюються, коментуються – аби бути зрозумілими. Якщо б традиція лишалася незмінною, то "пам'ять жанру" (вислів М. Бахтіна) зберігала б зрозумілість тексту, незважаючи на варіювання поколінь тих, хто його сприймає (чого насправді немає).

Споживач техногенної продукції мало чим відрізняється від своїх тисячолітніх попередників. Він незмінно прагне усталених (освячених традицією) цінностей.

У статті "Кіноекран 90-их: суб'єктивні висновки" О. Федоров подає оригінальні дані про вживаність у підлітковому середовищі різноманітних кінолексем. Серед найпопулярніших слів у назвах фільмів дев'яностих він називає "любов" (незмінна першість!), "смерть", "вбивство", "ніч", "дім". Проте останнім часом, на думку вченого, "смерті" і "вбивству" почало створювати неабияку конкуренцію слово "казка" [7, с.323]. Діти техногенної цивілізації, як і їхні прапрапопередники, хочуть казкових хепіендів! Тому феноменальний успіх релаксації визначається передусім не її жанрово-тематичними особливостями, а міфологічною, фольклорною основою, яка запрограмована на "казковий" тип сприймання та численні поліваріантні прочитання, що дають величезний простір для творчої імпровізації – моделювання художньої дійсності (тобто – гри).

Майстри популярної культури це зрозуміли. Вони цілком опанували мистецтво контамінацій у вимірах "минуле-сучасне". Нова "переосмислена архаїка" запрограмована на сприймання людей з архетипно зумовленими смаками (на позитивну реакцію масової свідомості). Як вислід – виникають нові синкретичні стилізації із численними натяками на хрестоматійне, цитатами з фольклору й міфології. Аби отримувати задоволення від їх інтерпретації, слід сприймати власну діяльність як своєрідну гру, котра, на думку Ж. Дерріда, має допомогти деконструювати усталені ієрархії і відкрити шлях новому.

Теоретична і практична педагогіка (не кажучи вже про педагогіку медіа) переживає у нашій країні не найкращі часи. Зрозуміло, чому так різко зросла цікавість до методичних розробок у галузі навчання та виховання. Однак ще яскравіше простежується і цілком протилежна тенденція, спрямована на пошуки нових розв'язань у найзагальніших та найабстрактніших ділянках

педагогічної науки. Йдеться про те, що доволі часто звучать питання: то що ж таке освіта (виховання)? У контексті медіа ці питання звучать не менш наполегливо, ніж у царині древніх наук та мистецтв.

Погоджуємося з думкою професора Б. Потятиника про бачення медіаосвіти як комплексу взаємопов'язаних елементів. Однак спробуємо не поєднати, а “змішати” названі “інгредієнти”, відшукуючи точку їхнього перетину, тобто – вузол, що скріплює компоненти у єдине ціле.

Стосунки “медіа – реципієнт” окреслюються зазвичай поняттям “комунікація”, бо інформований вступає у взаємодію з інформатором задля обміну інформацією. В інтерпретації традиційної педагогіки – це процес навчання: передача знань, умінь, навичок. Однак, коли ми, окрім інформації, передаємо ще й здатність її оцінювати, – це вже виховання. Під вихованням часто розуміють керування поведінкою. Однак, як справедливо зазначив А. М. Сидоркін, чим менше ми залишаємо людині невизначених ситуацій, що потребують самостійного вибору, тим менше у нас шансів розвивати повноцінну особистість [5, с.67]. Ототожнення комунікації (навчання) із діяльністю (вихованням) недоречно (насамперед у галузі педагогіки), на нашу думку.

Наведемо приклад: коли через електронні ЗМІ командир віддає наказ, а солдати його виконують, не надто задумуючись над сутністю мовленого, у їхніх вчинках переважає діяльність (виховання?), а не комунікація (навчання?). Однак уявімо собі іншу ситуацію: солдати послухали, подумали – і не виконали наказу. Це, за А. Сидоркіним, – спілкування (ситуація, коли ніхто нікого навіть не намагався змінити).

Перед нами дилема, що виражає сутність педагогіки. Освіта загалом – а у медіавияві особливо – має дві дві рівні: перший – спілкування у суб'єкт-суб'єктних стосунках на партнерських позиціях (тоді немає місця для заборон, наказів і виконань); другий – власне діяльність, у процесі якої педагог свідомо змінює того, кого виховує (себе, якщо це самовиховання), використовуючи з цією метою процес спілкування. Маємо триаду: педагогіка-діяльність (теза), педагогіка-спілкування (антитеза), педагогіка діяльність і спілкування (синтез). Позиція доволі схематична. Насправді все набагато складніше. Один з найефективніших шляхів подолання суперечностей, на думку сучасних вчених, – гра.

У теорії та практиці освіти є поняття, що виражає ставлення педагога до вихованця. Це поняття “педагогічна позиція”. “У найповнішій формі педагогічна позиція є ігровою” [5, с.68]. Позаяк у жодній з наук (навіть лексикографії!) немає єдиного розуміння гри, то, щоб продемонструвати вибір педагогічних позицій, братимемо до уваги лише окремі аспекти лудологічного.

Отже, педагог повинен вибирати між впливом і відчуженням. І те й інше, звісно, не є ідеальним. Тому зберегти подвійний характер виховання (самовиховання) допомагає лудологічна позиція: до

спілкування (інформації) педагог ставиться як до гри, а до діяльності як до реального. Приміром, дивлячись один із рекреативних медіапроектів, реципієнт повинен “споживати” інформацію на умовах певної гри із сакральними цінностями (як-от: reality show – ініціація), сприймаючи таку інформацію, він виробляє для себе тип реакції на отримане. Як вислід, реципієнт здатен коригувати власну діяльність відповідно до правил обраної гри.

Ігрові принципи та прийоми забезпечують ефективність сприймання інформації. Вони є інструментом зняття протиріч між поверхневими зовнішніми та внутрішніми (прихованими) кодами. Найважливіша особливість гри – здатність розширювати сенси, змінюючи ракурси бачення. Тому об’єктивно одне і те ж повідомлення є повідомленням різного змісту, якщо сприймати його у різних ігрових ситуаціях оцінювання. Перебуваючи в ігровій ролі, людина діє за правилами, що “диктує репертуар”.

Під час Другої світової війни сім’я євреїв потрапляє у гетто, а потім у концтабір. Дорослі й дитина сприймали усе по-різному. Батько запевнив сина начебто усе, що відбувається, – велика гра за приз (справжнісінький танк!), який дістанеться тільки хлопчикові, котрий ні разу не потрапить на очі наглядачам. Батько зробив усе для того, аби дитина повірила в гру й “заховалася” у її казковому світі. Батьки померли, а хлопчик не тільки вижив, а й не втратив дитячої безпосередньої захопленості світом [за художнім фільмом “Життя прекрасне!” (“La vita e bella!” (режисер Р. Беніньо (R. Benini))].

Грі протистоїть примус і насилля; притаманна їй творча атмосфера свободи від шаблону сприяє розкріпаченню творчих резервів людини, нейтралізує почуття тривоги, стимулює охочу й бажану діяльність. Вона приносить задоволення й насолоду, що полягає не у певному результаті, а в ній самій. Це не означає, що результату немає чи, що вислід не потрібен. Потрібен, звісно. Просто він не найважливіший. Задоволення приходить уже в процесі діяльності: від вільного й спонтанного використання власних сил. За таких обставин розумова діяльність і гра не протікають як відособлені процеси, а утворюють дві грані одного явища – наче у сиву мітологемну давнину. Не випадково гру відносять до сфери надсвідомого (архетипного?). А ще вважається, що вона захищає творчі пошуки та сміливі рішення від впливу свідомості (свідомість консервативна!). Гра тренує надсвідомість, наповнюючи діяльність творчими пошуками, оригінальними задумками. Ділянка підсвідомого не менш важлива, ніж сфера свідомого. Тут приховані імпульси, незреалізовані бажання, тут “бунтують” певні незмінні структури й моделі поведінки й мислення, що ріднять людину XI віку з її предками.

Осердя гри – евристиче світосприймання та регулювання власної поведінки. Благоприємне чи неблагоприємне тлумачення й оцінка інформації впливає на самопочуття (самоусвідомлення) реципієнта. Розширення текстового смислу дає змогу оцінювати його з різних позицій, перетворюючи зовнішні впливи у внутрішні можливості декодування. У цій ситуації особистість одночасно усвідомлює себе як об’єкт і суб’єкт процесу діяльності (ніби самоусвідомлюється у двох іпостасях). Так здійснюється процес самовиховання (діяльність, спрямована на зміну власної

особистості). У людини з'являється можливість самовиразитися, отримати моральне задоволення від розкриття резервних можливостей.

В ігровому перевтіленні ми такі, який наш внутрішній світ (приховані розумові потуги). Гра створює умови для того, щоб говорити з собою, по-різному “кодуючи” власне “я”, щоб зрозуміти, хто ти щодо випадково знайдених “уламків минулого” – “археолог”, “естет” чи байдужий “поглинач інформації”.

Деякі експерти у галузі психології називають гру віковою (специфічною лише для дитини) формою діяльності, що існує до “зняття” гри навчанням, інші (думку яких ми поділяємо) вважають її заняттям, що охоплює всі періоди людського життя. На думку З. Лаврентевої, з віком гра зазнає значних модифікацій, з плином часу вона втрачає самостійне значення й починає визначати повсякденні обов'язки “гравця” під час виконання буденних справ. Так поступово правила гри ототожнюються з нормами практичного життя і поведінки. Уявна ситуація починає асоціюватися з реальними труднощами, боротьбою та подоланням перешкод. Гра трансформується в активність, самостійність, ініціативу, творчість особистості.

“У грі людина вища, вища від свого віку, – зазначає Виготський, – вища від своєї повсякденної поведінки; у грі вона наче на голову вища сама від себе” [5, с.74-75]. У процесі евристичної діяльності суб'єкт існує в ідеальній топіці, що визначається не об'єктивним змістом подієвого плану, а суб'єктивними переживаннями ігрового спілкування.

У грі відбуваються дії, цілі яких значимі для індивіда за їх власним внутрішнім змістом. У цьому, на думку Станіславського, виявляється справжній чар лудологічного виду діяльності. До речі, коли людина вступає у гру з корисними цілями, то гра як така все одно ніколи “не програє”. Страждають при цьому люди (у нашому випадку непередбачені реципієнти), що стали маріонетками в руках маніпуляторів. Як-от у ситуації з неправильним “прочитанням” цілого пласту поліфонічної релаксації. Такий вид неправильного “прочитання” треба вважати явищем пуерелізму, риси якого з ранніх культурних епох потрапили, на превеликий жаль, і в нашу сучасність. Іншими словами: у царині медіа, як і у вимірах інших реалій, техніка, теорія, етика й естетика гри породжують її практику. Реципієнт у процесі спілкування з медіа сам для себе вводить правила ігрового існування, самовизначення і самообмеження. “Якщо не можна уникнути карнавалу, – наголошував П'єр Гренгуар, – треба брати в ньому участь”. У нашому випадку слід сказати: якщо не можна звільнитися від влади мас-медіа, то існує незаперечна можливість свободи їх інтерпретації (варіативності “прочитання”).

Імпульс гри, цікавості, дослідження – провідна риса людини розумної, чинник її творчих потуг й винахідництва. Гра, допитливість лежить в основі міфів, науки, норм суспільного життя і пізнання. “Більше чи менше граються, досліджують світ і метушаться усі тварини. Однак лише деякі з них зберігають дитячу здатність гратися і в дорослому віці. Це стосується, насамперед, деяких птахів,

вищих хижаків, приматів і, звісно ж, людей” [2, с.13] Людина повинна входити у гру з медіями свідомо. Кожен гравець – гресмейстер, що відповідає за успіх власної гри. Будь-який реципієнт повинен самотужки шукати відповідь на одвічне питання: “навіщо мені гра?”. Кожен споживач інформації має віднайти власну ігрову позицію й місце на медіарингу.

Проблема гри, особливо ігрової медіадіяльності, вочевидь, знаходиться лише у початковій стадії свого вирішення. Така ситуація значною мірою є результатом того, що, на перший погляд, гра – “шкідливе і не варте уваги явище”, з іншого, як це не парадоксально, вона ж є фундаментальним феноменом людської діяльності, пов’язаним із найглибнішими витоками активності. Як вислід – лудологія (передусім у своїй медіаінтерпретації!) перетворюється у надзвичайно серйозну та складну проблему, що потребує серйозних наукових напрацювань.

-
1. Лотман Ю. Семиосфера. – СПб: Искусство, 2000. – 704 с.
 2. Моріра-Буке М. Смак до життя //Кур’єр юнеско. – 1991. – №7. – С.13-17.
 3. Петрунько О. Фільми жахів як осучаснена казка // Медіакритика. Дайджест електронного журналу, присвяченого медіа і масової комунікації. – 2003. – №1. – С.47-55.
 4. Потятиник Б. Замість передмови або Виклики сторіччя //Медіа-атака: Матеріали міжнародної конференції “Медіа-освіта як частина громадянської освіти. – Львів: Західноукраїнський медіа-центр “Нова журналістика”, 2002. – 56с. – С.10.
 5. Сидоркин А. Игровой аспект воспитания // Игра в педагогическом процессе. Межвузовский сборник научных трудов. – Новосибирск: НГПИ, 1997. – 251с. – С.58-67.
 6. Сорок мнений о телевидении (зарубежные деятели культуры о телевидении). – М.: Искусство, 1978.
 7. Фёдоров А. Медиаобразование, теория и методика. – Ростов-на-Дону: ЦВВР, 2001. – 708 с.

8. [<http://www.telekritika.kiev.ua/impression/?id=1966>].

Media literacy.

Ludologic aspect of solving the problem.

^ Oksana Kosiuk

Ivan Franko Lviv National University,

1 Universytetska St., 79000 Lviv, Ukraine

e-mail: o_kosuk@ukr.net

Article in the light of ludologij prism – deals with the problem of pathogenous relaxational production of the electronic mass media.

Key words: media literacy, marking, pathogenous production, critical analysis, game, heuristic activity.

Стаття подана до редколегії 5.11.2004.

Прийнята до друку 6.12.2004