

ІГРОВИЙ ТЕЛЕСЕРІАЛ ЯК СПЕЦИФІЧНА ФОРМА ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Мазепа

Андрій Олегович

аспірант, Київський
національний
університет культури
і мистецтв, Київ
376@ukr.net

Мазепа

Андрей Олегович

аспірант, Киевский
национальный
университет культуры
и искусств, Киев
376@ukr.net

Andrii Mazepa

post-graduate student,
Kyiv National University
of Culture and Arts, Kyiv
376@ukr.net

Анотація. Стаття присвячена проблемі ролі й місця телесеріалу в сучасній публічній комунікації. Розкриті основні принципи побудови постмодерного телевізійного простору, визначено його специфіку як елемента культурної політики. Показано, що телесеріал є одним з основних факторів у побудові “картини світу” глядача. Обґрунтовано роль телесеріалу як системоутворювального фактора сучасної публічної комунікації в царині вітчизняного телевізійного простору. Доведено, що сутність телесеріалу полягає в трансляльній функції, яка спрямована на перетворення природи, суспільства, самої людини. Окрім того, телесеріали є текстами масової культури й комунікації, у яких репрезентується специфіка їхнього сучасного постмодерного стану.

Ключові слова: телесеріал, телепростір, публічна комунікація, постмодерн, культура.

Постановка проблеми. Сьогодні відбувається глибока трансформація всіх аспектів життя сучасної людської цивілізації, збільшується роль інформаційно-комунікаційних технологій як засобу прискорення темпів глобальної інтеграції та інструменту впливу на різноманітні сфери — політику, масову свідомість, культуру тощо.

Розвиток інформаційно-культурного простору стає фактором потужного впливу на суспільство, перш за все на молодь. Тим самим посилюється значення соціально-психологічних і культурно-інформаційних аспектів глобалізації. Й особливе місце тут посідає проблема ігрових телесеріалів як сучасної форми телемистецтва й публічної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу телебачення як засобу масової комунікації на культуру й людину вперше розглянуте в працях канадського філософа й культуролога М. Маклюєна, який у 60-х роках ХХ століття започаткував дослідження інформаційного суспільства. Його роботи “Дослідження комунікацій” (1960), “Розуміння медіа: зовнішні розширення людини” (1961), “Війна і мир в глобальному селі” (1968), “Культура — наш бізнес” (1970) стали класикою у вивченні телевізійної культури.

Вивченням телебачення в контексті постмодерну займалися Ж.-Ф. Ліотар, Ж. Бодріяр, А. Кроуер, Д. Кук, Ф. Джеймсон. Постмодерністські дослідження вказують на ілюзорність того, що відбувається на екрані та, водночас, розглядають феномен

“відсутності телеглядача”, який, своєю чергою, веде до безвідповідальності.

Критика телевізійної культури є наслідком критики масової культури, розвиненої в студіях представників франкфуртської школи Т. Адорно і Г. Маркузе, й визначається негативними оцінками телекультури, виходячи із специфіки телебачення, виявленої Маклюеном. Зокрема, дослідником С. Г. Кара-Мурзою критикується використання маніпулятивної здатності телебачення, а Гі Дебором показується посилення ролі симулякрів у сприйнятті сучасної дійсності.

У семіотичних і структуралістських (постструктуралістських) дослідженнях телебачення показано, що телевізійна культура є продуктом розвитку семіотичних систем з особливою, замкненою на себе, сформованою за власними законами реальністю.

До фундаментальних праць слід віднести роботи Ю. Хабермаса і Н. Лумана, де розглядаються комунікативні процеси людської діяльності та роль комунікації у взаємодії між підсистемами “життєвий світ” і “суспільна система”, що є фундаментом для подальших досліджень телевізійної культури в цілому та телесеріалів зокрема.

З останніх досліджень можна вирізнити роботи Т. О. Полякова та В. Д. Демченко (Polyakova & Demchenko, 2015), проте й там також відсутні системні дослідження щодо специфіки ролі телесеріалу в публічній комунікації.

Отже, актуальність статті визначається недостатньою вивченістю структури і змісту сучасного телесеріалу, що є публічною основою комунікації. У науковому дискурсі відсутні роботи, що дозволяють осмислити телесеріал як частину загальнокультурного медійного простору й сприяють виявленню семіотичних кодів, що визначають єдність сфери публічної комунікації.

Метою статті є дослідження ролі телесеріалу як системоутворювального фактора сучасної публічної комунікації в царині вітчизняного телевізійного простору.

Вклад основного матеріалу. Сучасні гуманітарні знання, які базуються на ідеї діалогізму індивідуума з навколишнім світом, не можуть не проявляти інтерес до феномену сучасного телемистецтва. Й тут особливе місце належить такому явищу як ігровий телесеріал. Телесеріал формує духовний (ціннісний) світ, що становить прак-

тичну важливість обговорення сучасного українського телебачення як феномена комунікації. За час свого існування телебачення породило нові культурні форми, сформувало не одне покоління, яке виросло на цінностях, що розповсюджуються телебаченням.

Сфера впливу телебачення зараз настільки велика, що поняття “телебачення” й “телевізійний простір” уже не відповідають змінній реальності (П. Віріліо (Virilio)). Усупереч повсякденному сприйняттю телебачення як засобу дозвілля, стає актуальним проведення культурної політики, спрямованої, насамперед, на зміну ставлення до телевізійної культури в самого телеглядача. Сьогодні відсутнє адекватне сприйняття телевізійної культури, яке відповідає уявленню сучасної телевізійної культури як засобу доступу до необхідної інформації і є однією зі сфер дозвілля. Таке сприйняття передбачає усвідомлення всієї серйозності впливу телевізійної культури на систему цінностей і психіку людини.

Щоб правильно зрозуміти місце сучасного телесеріалу в публічній комунікації, слід звернутися до більш узагальнювального поняття — “культура”. Дослідники та вчені дають різні визначення цій дифініції. Так, С. Тайлор характеризує культуру як “комплекс, що містить знання, вірування, мистецтва, закони, мораль, звичаї й інші здібності та звички, знайдені людиною як членом суспільства” (Tejlor, 2009, p. 125). Л. Уайт відзначає, що культура являє собою “організацію різноманітних явищ — матеріальних об’єктів, тілесних актів, ідей і відчуттів, які складаються з символів або залежать від їх вживання” (White). На думку Є. Соколова, “культура в сучасному розумінні є сукупність матеріальних і духовних предметів людської діяльності” (Sokolov, 2004).

Б. С. Єрасов визначає культуру як “систему духовного виробництва, що охоплює свідомість, зберігання, розповсюдження й споживання духовних цінностей, поглядів, знань і орієнтацій — усе те, що складає духовний світ суспільства і людини” (Erasov, p. 13).

Погоджуючись з вищенаведеними визначеннями, можемо зробити висновок, що культура являє собою систему компонентів, які відображають історично визначений рівень розвитку суспільства, його творчого потенціалу та здібностей, що, своєю чергою, виражені у формах організації життєдіяль-

ності людини та створення нею матеріальних та духовних цінностей.

Культура виконує дві головні соціальні функції: вона служить задоволенню тих різноманітних потреб, які виникають у людини як надприродної істоти, і вона формує ці потреби й способи їх задоволення (Kagan, 1998, p. 41).

Українській дослідник-лінгвокультуролог Р. Кісь пропонує розглядати культуру як певне “символічне середовище із притаманною йому семіосферою” (Kis, 2002, p. 10).

За Н. В. Барною, основна репрезентативна форма культури — це спосіб, яким культура висловлює найбільш важливі для себе світоглядні ідеї; можна сказати, що саме в межах такої форми екзистенція культури проявляє себе найбільш повно. Найчіткіше формулюються цілі та цінності культури, виникає той образ світу, який ця культура вважає справжнім. Можна сказати, що концентрація творчої енергії культури є найбільш високою, — принаймні, тієї “частини” енергії, яка пов’язана саме з духовним (нематеріальним) типом діяльності (Варна, 2014).

Сьогодні в Україні до репрезентативних форм культури ставляться певні вимоги: сама форма має бути “промовистою” та мова створення сучасних форм мистецтва має бути високопластичною й водночас складною й виразною.

Досвід європейської історії доводить, що способи і форми самовираження культури є досить розмаїтими: будь-який різновид мистецтва як культурна форма може здобути в самосвідомості тієї чи іншої культури якнайвище екзистенціальне значення. Проте, позачасових, незмінних, сталих оцінок і пріоритетів у мистецтві немає: культура є надбанням історії, а відтак — усе, що в ній існує, має тимчасовий, плінний характер. Відповідно, відсутні й постійні основні форми репрезентації культури — тут мова може йти про динаміку зміни форм. На різних історичних етапах свого становлення культурна екзистенція знаходить різні шляхи своєї репрезентації.

Сутність ідеї, яка постулює реальність існування основних форм самовираження культури, полягає у тому, що, насамперед, культурний простір має ієрархічну структуру, й по-друге — поняття культурного простору тісно співвіднесені з поняттям “стиль культури”.

Для вирішення цієї проблеми чільною є ситуація

релятивізму, що означає, що самі поняття “форма культури”, “стиль культури” і поняття “культури як такої” не мають остаточного теоретичного осмислення, а співвідносяться із аксіоматичним смисловим ядром культурології. Наявність у культурній традиції особливого стилю радше слід віднести до царини людської інтуїції, ніж до сфери прагматичного. Усі теоретичні обґрунтування ідеї культурного стилю та його похідних є конкретизацією часткових виявів інтуїтивного сприйняття того чи іншого культурного надбання і мають значення в межах конкретного історичного періоду.

Як відомо, виробництво телесеріалів має дві сторони: наочну й процесуальну. По-перше, воно охоплює способи опредмечування людиною своїх сутнісних сил у створюваній нею “другій природі” і способи розпредмечування; по-друге, ця наочність і є сполучною ланкою в ланцюжку цих процесів.

Спроможність визнавати прекрасне як чистий феномен заснована на інтерсуб’єктивній послідовності інтенціональних актів, ідентичній феноменологічній редукації або дуже схожій на неї. Зауважимо, що чисте споглядання не має під собою ніякого інтенціонального або конкретного за значенням спрямуванням акту, що навмисно закладений до об’єкта художником. Про це казав у своїх студіях М. Мерло-Понті. “Око бачить світ і те, чого бракує світу, щоб бути картиною, і те, чого не вистачає картині, щоб бути самою собою, і фарбу на палітрі, якої чекає полотно, і воно бачить один раз написану картину, що заповнює всі ці недоліки й відповідає на всі ці потреби, і картини інших художників — інші відповіді на інші очікування” (Merlo-Pontí, 1999, p. 18), — зазначав він.

Слід додати, що навіть пересічна людина, яка не претендує на звання експерта в якійсь сфері мистецтва, здатна бачити прекрасне. Проте, міра сприйняття прекрасного в пересічній людини й експерта різна та залежить від естетичного сприйняття. Це підтверджується дослідженням про сприйняття твору мистецтва Г. Дадамян, Д. Дондурей, Л. Невлер, які виокремлюють “художній” тип сприйняття на протилежність “повсякденному” (Dadamjan, 1979). Вчені, звісно, мають на увазі тип сприйняття витворів мистецтва експертом-мистецтвознавцем, колекціонером тощо. Характерні відмінності цього типу сприйняття, на їхню думку, такі: експерт “...орієнтований на осмислення системи художніх значень даного твору мистецтва, його неповторності

тощо”, він фіксує безліч окремих ознак, що розташовуються на цій гіпотетичній шкалі, “на якій відзначається ступінь інтенсивності ознаки або її відсутність”. За розбіжності оцінок мистецтвознавців “самі критерії оцінок існують у тому самому просторі художнього осмислення твору мистецтва” (Dadamjan, 1979, p. 212). Саме тому не можна не погодитися і з О. Плотницькою, яка слушно зауважує, що “художні емоції мають тісний зв’язок з життєвими емоціями, але суттєво відрізняються двома принципами: їх дії не спрямовані безпосередньо на навколишній світ та мають позитивне забарвлення. Життєва емоція проявляється у фізичній дії, а художня — в образі, фантазії” (Plotnitskaya).

Усі сучасні держави пройшли шлях становлення національної ідеї, або ідеї національної держави. Вона стає безперечним позитивним фактором, що має здатність консолідувати людей різного етнічного походження й різних конфесій. “Культурний націоналізм” теж має потужний потенціал як чинник соціальної мобілізації й консолідації на рівні суспільства. Етнонаціональна культура — віра, мова, фольклор, реальна історія й багато чого іншого — усе це не тільки створює високе мистецтво, але й забезпечує спільність світовідчуження багатьох людей, перетворюючи їх у єдиний народ.

Проте картина світу породжує й усі інші елементи свідомості й поведінки людини. Власне кажучи, людина — це її картина світу: якщо її стерти й замінити іншою — дана людина зникне, і перед нами буде зовсім інша людина. Загальнонаціональна картина світу — це ментальна конструкція, що ґрунтується на певній, у значній мірі традиційній для кожного народу ієрархії цінностей і містить у собі певні архетипи, символи, змісти, образи, ідеї, ідеали, норми тощо (Gerasim, 2007). За К. Б. Соколовим, картина світу є “базисом будь-якої людської культури”; її “розгортання у всіх видах діяльності і є культурним життям соціуму” (Sokolov, 2004). Якщо б держава, здійснюючи культурну політику, впливала на первинні елементи культури й соціуму, був би тотальний контроль над свідомістю й поведінки усіх, хто живе у даному суспільстві, що є елементом абсолютного тоталітаризму.

Узагальнено картину світу, яка продукується телесеріалами, можна уявити як те, що початково йде від самої людини, як плід її буття, фантазій, реалізації думок і здійснення перетворювальної діяльності. Феномен світу, що пізнається через серіал,

постає для особистості передусім так, як виступає для неї “мова” видовища (як семіотичне явище).

Медіакультура — це феномен епохи Модерну, пов’язаний з появою масової, тиражованої культури, заснованої на синтезі техніки і творчості. Цьому явищу канадський соціолог М. Маклюен дав визначення “медіа” (від латинського “*media*” — посередник). Серед медіаінновацій індустріальної епохи, що зумовили появу масової аудиторії, виділяються багатотиражний друк (газети, журнали), фотографія, телеграф, телефон, радіо, кіно, трохи пізніше — телебачення, телесеріали. Отже, медіакультура — це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, це також сукупність матеріальних й духовних цінностей у сфері медіа, що історично склалася, система їх виробництва і функціонування. Телесеріал з позицій медіакультури — це знакова система з власною “мовою” і “кодами” передачі реалій дійсності. Він містить в собі культуру передавання і сприйняття інформації; він є одночасно й показником розвитку особистості, здатної усвідомлювати, аналізувати та оцінювати медіатекст, засвоювати отримувані за його допомогою нові знання тощо.

Поява комерційної моделі мовлення в 1990-і роки означала, що замість ідеологічно витриманих пропагандистських передач в ефірі мають з’являтися програми, які залучають максимально широку аудиторію. Незважаючи на очевидність подібної моделі, вибудовування такої сітки передбачало, що наявна досі просвітницька практика за допомоги засобів масової інформації мала бути замінена на політику розваг, і найпростішим рішенням було звернення до зарубіжного досвіду.

Саме цими причинами була обумовлена “постмодернізаційна революція” у вітчизняному виробництві телесеріалів, яка змінила економічну основу суспільства, характеристику соціально-культурного середовища, його духовно-психологічну атмосферу. Зникли стереотипи старої ідеології, під впливом нових вимог часу почався процес формування нових соціальних відносин, цінностей та інститутів, стала можливою реалізація цивільних прав і свобод. І тут одним з найважливіших факторів модернізації телепростору виявився телесеріал, що, як явище інформаційної епохи, виступає потужним каталізатором багатьох соціальних процесів, що вплинули на політичний і економічний розвиток суспільства. Як культурологічна та мистецтвознавча категорія, телесеріал зайняв належне

місце в ієрархії соціокультурних феноменів, будучи потужним засобом сучасної комунікації.

Телевізійний серіал є яскравою ілюстрацією думки В. С. Саппак про ТБ, як про вид “синтетичного мистецтва”, яке орієнтоване на задоволення інтересів і потреб масової аудиторії (Sappak, 2007). Це дозволяє розглядати телебачення в якості публічного комунікаційного простору, в межах якого яскраво проявляють себе закони масової культури.

Опинившись під пресом ключового функціонального принципу масової культури — рентабельності, об’єкти художньої комунікації стали приречені на те, щоб передбачати аудиторні очікування, які, своєю чергою, багато в чому формуються ЗМІ. Це пояснює, чому творці телесеріалів свої сюжетні лінії розробляють на основі наявних сюжетів суспільних процесів.

Незважаючи на присутність численних спільних рис і підходів до драматургії серіалу в різних країнах, особливості національного культурного та інформаційного контексту є визначальним фактором сприйняття серіалу аудиторією. Можна казати про те, що успіх серіалу тісно пов’язаний з поточним інформаційним порядком денним. У цьому сенсі тематичний зміст телесеріалу спирається не стільки на фундамент “чистої” художньої творчості, скільки на інформаційне поле, яке формують мас-медіа.

Таким чином, цінність серіалів з погляду публічної комунікації полягає в тому, що цей вид масової комунікації дозволяє акумулювати знання про актуальні суспільні проблеми та їх вирішення, про життя суспільства в цілому.

Високий ступінь динамічності телевізійного серіалу обумовлюється постійним інформаційним обміном з об’єктами, які акумулюють соціальну інформацію. Телевізійний серіал має здатність стирати грань між документальною й художньою реальністю і виводить цю комунікаційну характеристику на новий рівень — створює художньо перероблені

реконструкції реальних подій у межах парадигми “як це було насправді”. Завдяки цьому, телесеріал як вид заангажованої художньої творчості в низці випадків може володіти потужним маніпулятивним потенціалом.

Наприкінці виділимо фактори, які забезпечують ефективне використання ігрового телесеріалу як інструменту публічної комунікації. Телесеріал впливає на емоційний рівень сприйняття інформації глядачами, тому представляється можливим за допомогою професійних творчих прийомів домогатися від аудиторії потрібних емоцій. Також телесеріал звертається до великих аудиторій і є цікавою для них формою творчого продукту, що здатен концентрувати на собі тривалий час увагу масової аудиторії. Нарешті, телесеріал можна використовувати й у якості каналу трансляції інформації, і в якості самого послання.

Висновки. Отже, телесеріал, як вище культури варто розуміти як сферу комунікації індивідів, за допомогою якої задовольняються потреби в збереженні “життєвого світу” й розвитку творчості в людській життєдіяльності. Сутність телесеріалу полягає у трансляційній функції, що спрямована на перетворення природи, суспільства, самої людини. Окрім того, телесеріали є текстами масової культури й комунікації, в яких репрезентується специфіка їх сучасного постмодерністського стану — маргінального, дифузного. Як предмет культурологічного дослідження, телесеріал містить у собі безліч перспектив для вивчення, які можуть проводитися в межах як загального вивчення масової культури, інформаційного суспільства й сучасної культури, так і у сфері спеціального вивчення телевізійної культури. **Перспективи** вивчення телесеріалу можуть містити в собі розгляд інтерпретації минулого, сьогодення й майбутнього на сучасному телеекрані; культурологічний аналіз сценаріїв телесеріалів; динаміку й розвиток українського ігрового серіалу тощо.

Література / References:

1. Барна Н. В. Культура в інформаційному суспільстві: процеси трансформації. *Мультиверсум. Філософський альманах*. 2014. Вип. 8–9. С. 3–12.
2. Вирилю П. Информационная бомба. Стратегия обмана.

1. Barna, N. V. (2014). Kultura v informatsionnom obshchestve: protsessy transformatsii. *Multiversum. Filosofskiy almanakh*, (8–9), pp. 3–12. (in Ukrainian)
2. Virilio, P. (No date). *Informacionnaja bomba. Strategija obma-*

- URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vir/index.php (дата звернення: 03.06.2018).
3. Гарасим Я. Категоріальна опозиція “універсальне/національне” в етноестетичних вимірах. *Вісник Львівського університету*. Серія журналістика. Львів, 2007. Вип. 31. С. 131–139.
 4. Дадамян Г. Восприятие монументального искусства типы, механизмы, эффективность: опыт эмпирического исследования. *Вопросы социологии искусства*. Москва, 1979. С.194–248.
 5. Ерасов Б. С. Социальная культурология. Москва, 2000. 591 с.
 6. Каган М. С. Философия культуры: становление и развитие. Санкт-Петербург, 1998. 443 с.
 7. Кісь Р. Мова, думка і культурна реальність. Львів, 2002. 304 с.
 8. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. Санкт-Петербург, 1999. 605 с.
 9. Плотницька О. Педагогічна технологія та етапи формування художньо-аналітичних умінь майбутнього вчителя музики. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/6048/> (дата звернення: 05.06.2018).
 10. Полякова Т. О., Демченко В. Д. Кіно і телебачення: два шляхи розвитку масової комунікації. Дніпропетровськ, 2015. 156 с.
 11. Саппак В. С. Телевидение и мы. Москва, 2007. 166 с.
 12. Соколов Е. Г. Консервативные тенденции в современной культуре. *Философия и социально-политические ценности консерватизма в общественном сознании (от истоков к современности)*: сб. статей / под ред. Ю. Н. Солоница. Санкт-Петербург, 2004. С. 225–245.
 13. Тейлор Э. Б. Первобытная культура. Москва, 2009. Т. 1. 459 с.
 14. White L. The Science of Culture: A Study of Man and Civilization. URL: <https://archive.org/details/scienceofculture00whit> (Last accessed: 08.06.2018).
 - na. Retrieved from http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vir/index.php (in Russian)
 3. Gerasim, Y. (2007). Kategorialnaya oppozitsiya «universalnoye/natsionalnoye» v yetnoyestetichnikh izmereniyakh. *Vestnik Lvovskogo universiteta. Seriya zhurnalistika*. Lviv, (31), pp. 131–139. (in Ukrainian)
 4. Dadamjan, G. (1979). Vospriyatie monumental'nogo iskusstva tipy, mehanizmy, jeffektivnost': opyt jempiricheskogo issledovaniya. *Voprosy sociologii iskusstva*. Moscow, pp.194–248. (in Russian)
 5. Erasov, B. S. *Social'naja kul'turologija*. Moscow. (in Russian)
 6. Kagan, M. S. (1998). *Filosofija kul'tury: stanovlenie i razvitie*. St. Petersburg. (in Russian)
 7. Kis, R. (2002). *Yazyk, mysl i kulturnaya realnost*. Lviv. (in Ukrainian)
 8. Merlo-Ponti, M. (1999). *Fenomenologija vosprijatija*. St. Petersburg. (in Russian)
 9. Plotnitskaya, A. (No date). *Pedagogicheskaya tekhnologiya i etapy formirovaniya khudozhestvenno-analiticheskikh umeniy budushchego uchitelja muzyki*. Retrieved from <http://eprints.zu.edu.ua/6048/> (in Ukrainian)
 10. Polyakova, T. A., & Demchenko, V. D. (2015). *Kino i televideniye: dva puti razvitiya massovoy kommunikatsii*. Dnepropetrovsk. (in Ukrainian)
 11. Sappak, V. S. (2007). *Televidenie i my*. Moscow. (in Russian)
 12. Sokolov, E. G. (2004). Konservativnye tendencii v sovremennoj kul'ture. *Filosofija i social'no-politicheskie cennosti konservatizma v obshhestvennom soznanii (ot istokov k sovremennosti)*: sb. Statej. Ju. N. Solonina (Ed.). St. Petersburg, pp. 225–245. (in Russian)
 13. Tejlor, Je. B. (2009). *Pervobytnaja kul'tura*. Moscow, Vol. 1. (in Russian)
 14. White, L. (No date). *The Science of Culture: A Study of Man and Civilization*. Retrieved from <https://archive.org/details/scienceofculture00whit>

Мазепа Андрей Олегович

Игровой телесериал как специфическая форма публичной коммуникации

Аннотация. *Статья посвящена проблеме роли и места телесериала в современной публичной коммуникации. Раскрыты основные принципы построения постмодернистского телевизионного пространства, определена его специфика как элемента культурной политики. Показано, что телесериал является одним из основных факторов в построении “картины мира” зрителя. Обоснована роль телесериала как системообразующего фактора современной публичной коммуникации в области отечественного телевизионного пространства. Доказано, что сущность телесериала заключается в транслирующей функции, направленной на преобразование природы, общества, самого человека. Кроме того, телесериалы являются текстами массовой культуры и коммуникации, в которых представляется специфика их современного постмодернистского состояния.*

Ключевые слова: *телесериал, телепространство, публичная коммуникация, постмодерн, культура.*

Andrii Mazepa

Game TV Series as a Specific Form of Public Communication

Summary. *The purpose of the article is to study the role of television series as a system-forming factor of modern public communication in the field of domestic television space. The relevance of the article is determined*

by the insufficient knowledge of the structure and content of modern television series, which is the public basis of communication. In the scientific discourse there are no works that make it possible to comprehend the television series as part of the general cultural media space and contribute to the identification of semiotic codes that determine the unity of the sphere of public communication.

The article points out that the development of the information and cultural space is becoming a factor of a powerful influence on society, especially young people. The article reveals the basic principles of building a postmodern television space, defines its specificity as an element of cultural policy. In this sense, the thematic content of the television series is based not so much on the foundation of pure artistic creativity as on the information field that the media form.

The television series has the ability to blur the line between documentary and artistic reality and brings this communication characteristic to a new level – creating artistically revised reconstructions of real events within the framework of the paradigm "as it really was". Due to this, the television can have a powerful manipulative potential.

Keywords: *television series, television space, public communication, postmodern, culture.*