

## ІГРОВИЙ ТЕЛЕСЕРІАЛ ЯК СПЕЦИФІЧНА ФОРМА ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Мазепа**

**Андрій Олегович**

аспірант, Київський  
національний  
університет культури  
і мистецтв

**Мазепа**

**Андрей Олегович**

аспірант, Киевский  
национальный  
университет культуры  
и искусств

**Andrii Mazepa**

post-graduate student,  
Kyiv National University  
of Culture and Arts

**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 роботу Т. О. Полякова та В. Д. Демченко [10], 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 практичну важливість обговорення сучасного україн-

ського 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 зміненій реальності (П. Вірлію [2]). 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, Є. Тайлор характеризує культуру як “комплекс, що містить знання, вірування, мистецтва, закони, мораль, звичаї й інші здібності та звички, знайдені людиною як членом суспільства” [13, 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” [14]. На думку Є. Соколова, “культура в сучасному розумінні є сукупність матеріальних і духовних предметів людської діяльності” [12].

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” [5, 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 життєдіяльності людини та створення нею матеріальних та духовних цінностей.

Культура виконує дві головні соціальні функ-

ції: вона служить задоволенню тих різноманітних потреб, які виникають у людини як надприродної істоти, і вона формує ці потреби й способи їх задоволення [6, 41].

Українській дослідник-лінгвокультуролог Р. Кісь пропонує розглядати культуру як певне “символічне середовище із притаманною йому семіосферою” [7, 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 [1].

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 смисло-

вим 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 редукції або дуже схожій на неї. Зауважимо, що чисте споглядання не має під собою ніякого інтенціонального або конкретного за значенням спрямування 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” [8, 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 людині 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” [4]. 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” [4, 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” [9].

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 [3]. За К. Б. Соколовим, картина світу є “базисом будь-якої людської культури”; її “розгортання у всіх видах діяльності і є культурним життям соціуму” [12]. 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).

Медіакultura — це феномен епохи Модерну, пов’язаний з появою масової, тиражованої культури, заснованої на синтезі техніки і творчості. Цьому

явищу канадський соціолог М. Маклюєн 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, медіакultura — 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 медіакultури — 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 отримувани 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’явитися 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 [11]. 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 трансляльній 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. Виріліо П. Информационная бомба. Стратегия обмана. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Vir/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vir/index.php) (дата звернення: 03.06.2018).

1. Barna N. V. Kultura v informatsionnom obshchestve: protsessy transformatsii. *Multiversum. Filosofskiy almanakh*. 2014. Vyp. 8–9. P. 3–12.
2. Virilio P. Informatsionnaya bomba. Strategiya obmana URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Vir/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vir/index.php) (Last accessed: 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. Коган 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. Сатпак 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. Солонина. 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).
3. Gerasim Y. Kategorialnaya oppozitsiya “universalnoye / nationalnoye” v yetnoestetichnikh izmereniyakh. *Vestnik Lvovskogo universiteta*. Seriya zhurnalistika. Lviv, 2007. Vyp. 31. P. 131–139.
4. Dadamyany G. Vospriyatiye monumentalnogo iskusstva tipy, mekhanizmy, effektivnost: opyt empiricheskogo issledovaniya. *Voprosy sotsiologii iskusstva*. Moskva, 1979. P. 194–248.
5. Yerassov B. S. Sotsialnaya kulturologiya. Moskva, 2000. 591 p.
6. Kagan M. S. Filosofiya kultury: stanovleniye i razvitiye. Sankt-Peterburg, 1998. 443 p.
7. Kis R. Yazyk, mysl i kulturnaya realnost. Lviv, 2002. 304 s.
8. Merlo-Ponti M. Fenomenologiya vospriyatiya. Sankt-Peterburg, 1999. 605 p.
9. Plotnitskaya A. Pedagogicheskaya tekhnologiya i etapy formirovaniya khudozhestvenno-analicheskikh umeniy budushchego uchitelya muzyki. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/6048/> (Last accessed: 05.06.2018).
10. Polyakova T. A., Demchenko V. D. Kino i televideniye: dva puti razvitiya massovoy kommunikatsii. Dnepropetrovsk, 2015. 156 p.
11. Sappak V. S. Televideniye i my. Moskva, 2007. 166 p.
12. Sokolov Y. G. Konservativnyye tendentsii v sovremennoy kulture. *Filosofiya i sotsialno-politicheskiye tseennosti konservativizma v obshchestvennom soznanii* (ot istokov k sovremenosti): sb. statey pod red. Y. N. Solonina. Sankt-Peterburg, 2004. P. 225–245.
13. Teylor E. B. Pervobytnaya kultura. Moskva, 2009. T. 1. 459 s.
14. White L. The Science of Culture: A Study of Man and Civilization. URL: <https://archive.org/details/scienceofculture00whit> (Last accessed: 08.06.2018).

**Мазепа Андрей Олегович**

### **Игровой телесериал как специфическая форма публичной коммуникации**

***Аннотация.** Стаття 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. Thus, the importance of socio-psychological and cultural-information aspects of globalization is growing. It is noted that a special place here is the problem of game television series as a modern form of TV-art and public communication.

The television series forms a spiritual (value) world, makes the practical importance of discussing modern Ukrainian television as a phenomenon of communication. During its existence, television has created new cultural forms, formed a generation that grew up on values that are spread by television.

The article reveals the basic principles of building a postmodern television space, defines its specificity as an element of cultural policy. It is shown that the television series is one of the main factors in constructing a "picture of the world" of the viewer. The role of the television series as a system-forming factor of modern public communication in the field of domestic television space is justified. It is proved that the essence of the television series is a translating function aimed at the transformation of nature, society, the person himself.

As a subject of cultural studies, the television series contains many perspectives for studying, which can be conducted within the framework of both a general study of mass culture, the information society and modern culture, and in the sphere of special study of television culture.

It is established that, despite the presence of numerous common features and approaches to the drama of the series in various countries, the peculiarities of the national cultural and information context is the determining factor for the audience's perception of the series. It can be said that the success of the series is closely related to the current information agenda. 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 value of serials in terms of public communication lies in the fact that this type of mass communication allows to accumulate knowledge about pressing social problems and their solution, about the life of society as a whole.

The high degree of dynamism of the television series is conditioned by constant information exchange with objects that accumulate social information. 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 series as a kind of engaged art creation in a number of cases can have a powerful manipulative potential.

The television series influences the emotional level of perception of information by viewers, so it seems possible to achieve from the audience the necessary emotions with the help of professional creative techniques. Also, the television series appeals to a large audience and is interesting to them as a form of creative product, capable of concentrating on itself for a long time the attention of a mass audience. Finally, the television series can be used both as a channel for broadcasting information, and as the message itself.

**Key words:** television series, television space, public communication, postmodern, culture.