

ნინო გელოვანი,
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სატელევიზიო სერიალი – გართობის წყარო, თუ?..

თანამედროვე სამყაროში ტელევიზია კულტურასთან მჭიდროდაა დაკავშირებული. სამეცნიერო ლიტერატურაში ის მასობრივი კულტურის განუყოფელ ნაწილად განიხილება. „საზოგადოების ინტელექტუალური ელიტის მხრიდან ზედმეტ კრიტიკას იწვევს ტირაჟირებული, კოპირებული, მასობრივი კომუნიკაციის არხებზე გავრცელებული პროდუქცია, რომელსაც ჯერ კიდევ ეჭვქვეშ აყენებს ზოგიერთი თეორიტიკოსი“, – წერს კინომცოდნე ნეია ზორკაია.¹

ნათელია, რომ მასობრივი კულტურის ამ მოვლენას (ტელევიზიას), არც თუ იშვიათად, უკავშირებენ სამსახიობო ხელოვნების შედეგებს, მხატვრულ ფილმებსა და ტელეგადაცემებს. გამოდის, რომ კულტურა, რომელიც ხვდება ტელევიზიაში, კარგავს თავის ელიტარულ ბრწყინვალეებას და ეკრანზე ვხვდებით არა ხელოვნების მაღალ ნაწარმს, არამედ მასთან ხელოვნურად მიმსგავსებულ სატელევიზიო პროდუქტს.

მასობრივი კულტურა გარკვეული ეტაპია ახალევროპული კულტურის განვითარებაში. ის გავრცელდა XIX–XX საუკუნეების გასაყარსა და, განსაკუთრებით, XX საუკუნის მეორე ნახევარში, როდესაც ისტორიულ სცენაზე გამოვიდა ადამიანთა ერთობა – მასა. კულტურის ამგვარი სახე წარმართავდა მასების ცხოვრებას. თუმცა, მასობრივ კულტურას შესწევს ძალა, იყოს „სოციალური სიმშვიდის გარანტი“.

თავის მხრივ, ტელევიზია საზოგადოების ცხოვრების ინტეგრაციასა და ორგანიზებას ახდენს და წარმოადგენს „კლიპური სანახაობის“ სპონტანურ ნაკადს. ის რთული სინქრონიზაციაა და ერთდროულად რჩება როგორც კულტურად, ისე მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებად, სოციალურ-პოლიტიკურ ინსტიტუტად და

¹Зоркая Н. М. Уникальное и тиражированное. 1981.

ადამიანის ცხოვრებასთან ადაპტირების მექანიზმად.

არსებობს მოსაზრება, რომ „სულიერი კულტურა“ სრულიად ემთხვევა მხოლოდ შემოქმედებით მოღვაწეობას და არანაირი კავშირი არ აქვს თავად სულიერებასთან, მეტიც, მისი ანტიპოდის კია. შეუძლებელია დავეთანხმოთ ამ დებულებას, ვინაიდან ადამიანი სწორედ ყოველდღიურობაში ხვდება მატერიალურ, ფასეულ და სულიერ კულტურას. ტელევიზია კი ის „შუამავალი“, რომელიც ამ შეხვედრას უბრუნველყოფს, ვინაიდან სწორედ ის ავრცელებს მაყურებელში სულიერ ფასეულობებს. სწორედ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზეა დამოკიდებული, თუ რომელი ფასეულობები შევა კულტურულ ცხოვრებაში. მართლაც, დღევანდელ კულტურაში, რომელსაც სოციალურმა ფსიქოლოგმა აბრაამ მოლმა „მოზაიკური“ უწოდა, „ცოდნა ფორმირდება, ძირითადად, არა განათლების სისტემით, არამედ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით“. ეს კულტურა კი „ყოველდღიურობის შედეგია“.

თეორეტიკოსების აზრით, ტელევიზია არის ერის სულიერი ღირებულების ჩამომყალიბებელი ძალა. დროსა და სივრცის გადალახვისას, ის არა მარტო ითვისებს, ტირაჟირებას უწევს, აგროვებს წარსულის კულტურულ ფასეულობებს, არამედ ქმნის ახალსაც, რის ხარჯზეც თავადაც ხდება კულტურული ფასეულობა.

დღევანდელობაში წარმოქმნილი რიგი გარემოებების მიუხედავად, რაც ინტერნეტიზაციასთანაა დაკავშირებული, ტელევიზია თანამედროვე საზოგადოების ცხოვრებაში მაინც დიდ ადგილს იკავებს. „ადამიანი, რომელიც ცხოვრობს ჩართულ ტელევიზორთან, რეალობასთან კავშირს გრძნობს“, – წერს ჟურნალ „კინოხელოვნების“ რედაქტორი დანილ დონდურეი.¹

სატელევიზიო ხელოვნების კრიტიკოსმა ვლადიმირ საპაკმა ტელემედიუმიზმობაში კულტურის ახალი ფაზა და მომავლის ხელოვნება დაინახა. „ტელემედიუმიზმობა დგას ზღვარზე, რომ იყოს ახალი ხარისხიანი ესთეტიკური შესაძლებლობა“. თავდაპირველად საკითხს იგი სიფრთხილით ეკიდებოდა. კითხვაზე – იქნება თუ არა ტელემედიუმიზმობა ხელოვნება? – გადაჭრით პასუხობს „დიახ!“ თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ხელოვნებას წარმოადგენს არა თავად ტელევიზია, არამედ მისი ესა თუ ის სეგმენტი.²

¹ Дондурей Д. Б. Язык табуирует жизнь, 2012.

² Сапак В. С. Телевидение и мы. 1988.

კულტურულ-ისტორიული თვალსაზრისით, ტელეკომუნიკაციების პოპულარობისა და წარმატების მიზეზს განაპირობებს არა მხოლოდ საინტერესო სცენარი, რეჟისურა ან მსახიობები, არამედ თანამედროვე მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების მჭიდრო კავშირი ტრადიციულ კულტურასთან.

წინამდებარე სტატიაში დასმულ საკითხთა აქტუალობას ის აძლიერებს, რომ, ადგილობრივ თუ საერთაშორისო კვლევებზე დაყრდნობით, გავარკვიოთ კონკრეტული სოციუმის მიერ ტელევიზიის ყურებისთვის განკუთვნილი დროის რა ნაწილი ეთმობა სატელევიზიო სერიალებს.

ტელევიზიის თავდაპირველი ფუნქცია ინფორმაციის მიწოდება იყო. ტელეგადაცემებიდან ადამიანი თავისუფალი დროის ყველაზე მეტ წილს უთმობდა და უთმობს „საპნის ოპერას“. სერიალი მაყურებელს სთავაზობს კინოსთან მიახლოებულ, დრამატურგიულად გამართულ აუდიოვიზუალურ პროდუქტს. კომპლექსურმა სოციოლოგიურმა გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ქალები, რომლებიც საპნის ოპერებს რეგულარულად უყურებენ, ბედნიერების ე.წ მაღალი ხარისხით გამოირჩევიან, ვიდრე ქალები, რომლებიც სერიალებს ნაკლებად უყურებენ.

ტელევიზია ადამიანის პირადი ცხოვრების, თავისუფალი დროის უფრო დიდ ნაწილს მოიცავს, ვიდრე სხვა რომელიმე საქმიანობა (ინტერნეტს თუ არ ჩავთვლით). მაგალითად, ქალები (დიასახლისები) ტელეგადაცემებს დღეში, საშუალოდ, 4,75 და მამაკაცები 3,75 საათს უთმობენ. როგორც ჩანს, ტელეგადაცემების ყურება სიამოვნების მომგვრელია, თუმცა, როგორც კვლევებმა აჩვენა, შეფასებული არაა, როგორც კმაყოფილების მომგვრელი ძირითადი წყარო, რომელსაც თავად ტელეგადაცემებისა და საპნის ოპერების ყურება იწვევს.

ამერიკაში ჩატარებული კვლევის მიხედვით, ჯ. რობინსონმა შენიშნა, რომ ტელეგადაცემები „დიდ კმაყოფილებას“ ამერიკელების მხოლოდ 17 პროცენტში იწვევს. რასაკვირველია, მოცემულობა არ არის ტელევიზიის ყურების მყისიერი შედეგი და არც ის, რომ, რადგან სატელევიზიო პროგრამების უმეტესობა მხიარული და გასართობია, მოსალოდნელი უნდა იყოს მაყურებელთა პოზიტიური განწყობა. თუმცა, მაყურებლის დიდი ნაწილისთვის ტელეკომუნიკაციების

როდუქტი კმაყოფილებასა და ბედნიერების განცდასთან ასოცირდება. ბედნიერების, კმაყოფილებისა და გართობის წყაროა.

ბოლო წლებში „საპნის ოპერა“ მთელ მსოფლიოში მაყურებლის განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს. მიმდინარე კვლევაში საინტერესო იყო რეგულარული მაყურებლის აზრი – რატომ არის სერიალი ასეთი პოპულარული. განვიხილოთ რამდენიმე მოცემულობა:

1. საპნის ოპერები ასახავენ იმ პრობლემებს, რომლებიც ყოველდღიურ ცხოვრებაში, გვხვდება. მაგალითად, როგორებიცაა: რასიზმი, უმუშევრობა, მრუშობა, გაუპატიურება, ალკოჰოლიზმი და ნარკოტიკები.
2. გართობა და მეოცნებეობა – შეგიძლიათ ცოტა რომანის, გლამურის, ვნების, სიყვარულისა და სიძულვილის განცდა.
3. პერსონაჟი, როგორც რეალური სამყაროს ნაწილი – დროთა განმავლობაში პერსონაჟები რეალურ ადამიანებად იქცევიან და ჩვენ განვიცდით, თუ როგორ იქნებიან ისინი.
4. საგანმანათლებლო თვალსაზრისი – შეგიძლია საკუთარი ცხოვრება სიტუაციას დავუკავშიროთ და ხანდახან, საკუთარი პრობლემები პერსონაჟთა მოქმედებების მიხედვით დავახარისხოთ;
5. ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილი – ყურების დაწყებიდან რამდენიმე ხანში სერიალი ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილად იქცევა. სამსახურიდან სახლში დავბრუნდით, ვსადილობთ, ჩვეულ საქმეებს ვაკეთებთ, ვრთავთ ტელევიზორს და მოდის ჩვენი სერიალის საეთერო დრო.
6. ემოციური გამოცდილება – საპნის ოპერის ყურებისას შეგვიძლია გამოვცადოთ სხვადასხვა ემოცია: ბრაზი, იმედგაცრუება, რწმენა, მხიარულება.
7. კრიტიკული დისტანციის შენარჩუნება – ადამიანი უყურებს სერიალს და იცის, რომ რეალური ცხოვრება ასეთი არაა. ამის მიუხედავად, მოგვწონს ამ ამბავში ჩართვა.
8. ზოგადად, ტელეგადაცემებისა და, კონკრეტულად, საპნის ოპერის ყურებას ბედნიერების განცდა მოაქვს.

უმნიშვნელოვანესი საკითხია, თუ ვინ არის მაყურებელი? არსებითი მნიშვნელობა აქვს სოციალურ კლასს. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ტელევიზორს ქალები უფრო ხშირად უყურებენ, ვიდ-

რე მამაკაცები. ასევე გავლენა აქვს ინდივიდუალურ განსხვავებებს. მარტოხელა ადამიანების 21 პროცენტი ტელევიზორს დღეში 5 საათს უყურებს.

გადაცემების ყურების ერთ-ერთი თეორია ხასიათის კონტროლს უკავშირდება. საპნის ოპერას პირდაპირი გავლენა აქვს ადამიანის პიროვნებაზე. პროგრამების ყურება შეიძლება ჩაითვალოს „პარასოციალურ“ საქმიანობად, ანუ მეორეულ სოციალურ საქციელად. ინტროვენტები და დაბალი სოციალური შესაძლებლობების ადამიანები ხშირად უყურებენ სხვადასხვა თემატიკის სატელევიზიო სერიალს.

აქვე დავძენთ, რომ შესაძლებელია, ექსტრავერტები მეტად უყურებდნენ საპნის ოპერას, რათა მეტი სოციალური აქტივობა განიცადონ.

კვლევის საფუძველზე დავადგინეთ, რომ უფრო მეტმა ინტროვერტმა აღნიშნა საპნის ოპერა და პარასოციალური აქტივობა, ვიდრე ექსტრავერტმა, რომლებმაც უპირატესობა რეალურ სოციალურ აქტივობებს მიანიჭეს.

ერთ-ერთმა კვლევამ აჩვენა, რომ ეთნიკური უმცირესობის ჯგუფის წევრები მეტ სერიალს უყურებენ, რათა შეისწავლონ, თუ როგორ მოიქცნენ ამა თუ იმ სიტუაციაში.

სხვა კვლევაში აღმოვაჩინეთ, რომ კონტაქტურობა, როგორც პერსონალური თვისება, მჭიდროდაა დაკავშირებული როგორც ეთიკურ ექსტრავერსიასთან, ასევე სოციალურ უნარებთან. აქტიური სოციალური მაცურებელი ხშირად უყურებს სერიალს, რათა განიცადოს მხიარულება და სოციალური პროგრესი.

საინტერესოა, ზოგადად, ტელევიზიის მაცურებლებისა და, კონკრეტულად, სერიალების მაცურებლების შედარება. განასხვავებს თუ არა ტელეპროგრამებისა და საპნის ოპერების მაცურებლებს ისეთი პირადი ფაქტორები, როგორებიცაა: სქესი, ასაკი, სამუშაო სტატუსი, პირადი მენტალური დონე (მაგალითად, ბედნიერება)?

აშშ-ში ჩატარებული კვლევის მიხედვით, რესპონდენტები რობინსონმა ოთხ ჯგუფად დაყო – ტელევიზიისა და სერიალის ყურების მანიერების შესაბამისად.

სოციალური კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ პირველი ჯგუფი რეგულარულად უყურებდა ტელეგადაცემებსაც და სერიალებსაც, მეორე ჯგუფი ხშირად უყურებდა ტელეგადაცემებს და იშ-

ვიათად – საპნის ოპერებს. მესამე ჯგუფი იშვიათად უყურებდა ტელეგადაცემებს და ხშირად – სერიალებს, მეოთხე ჯგუფი იშვიათად უყურებდა სერიალებსაც და ტელეგადაცემებსაც.

მთავარი აღმოჩენა ისაა, რომ ზოგადად ტელევიზიისა და საპნის ოპერის მაყურებლებს შორის მკაფიო ინდივიდუალური განსხვავებაა. ტელევიზიის აქტიური მაყურებლობის ფაქტორი განსაზღვრულია ასაკითა და სამუშაო სტატუსით და ნაკლებად – ინტროვერსიით. საპნის ოპერის პათოლოგიურ მაყურებლებს უფრო მეტი მახასიათებლები აქვთ: მდედრობითი სქესი, ექსტრავერტობა და ბედნიერების შეგრძნება. შეიძლება ითქვას, რომ საპნის ოპერა გათვლილია მდედრობითი სქესის მაყურებელზე და სერიალი ხდება ქალის ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილი. პერსონაჟებთან ერთად ისინი განიცდიან სერიალში გადმოცემულ რომანტიკულ ურთიერთობებს, მათ ყოველდღიურობას იმაზე მეტად, ვიდრე პოლიტიკას, ეკონომიკასა და სხვა.

რატომ უყურებენ სატელევიზიო სერიალებს უფრო ხშირად ექსტრავერტები? პასუხი მარტივია – ექსტრავერტებს უყვართ სოციალური ცხოვრება და ურთიერთობები რეალურ ცხოვრებაში. თუმცა ექსტრავერტები, ზოგადად, ტელევიზიორს ნაკლებად უყურებენ (არატრენდულია).

ინგლისელი მკვლევრების აზრით, ადამიანები, რომლებიც დიდხანს უყურებენ ტელევიზორს, ნაკლებად ბედნიერები არიან, თუმცა ისინი, რომლებიც რეგულარულად უყურებენ სერიალებს, სხვა ხალხთან შედარებით, ბედნიერების მაღალი ხარისხით გამოირჩევიან.

ჩატარებული კვლევები მხოლოდ სტატისტიკურ კორელაციას არ ეყრდნობა. მაყურებლების ნეგატიური განწყობის ახსნა შესაძლებელია პირობითად აქტიური მაყურებლების მაგალითზე.

კვლევამ აჩვენა, რომ ქალები, ახალგაზრდები და მოხუცები, ავადმყოფები, დიასახლისები, უმუშევრები და მარტოხელები, დაბალი სოციალური კლასის წარმომადგენლები ტელევიზიას საშუალოზე ხშირად უყურებენ.

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტელევიზიას შეუძლია გარკვეული დადებითი ეფექტის მოხდენა. პოზიტიური კავშირი საპნის ოპერასა და ბედნიერებას შორის შეიძლება განპირობებული იყოს ვიწრო სოციალური ჯგუფის ფსევდოწევრობით, სადაც ხალხი სა-

კუთარ თავს პარასოციალური თეორიის ჯგუფის წევრად მიიჩნევს. განმარტების მეორე ნაწილი შეიძლება ეყრდნობოდეს საპნის ოპერის ღია ტექსტის ასპექტს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Дондурей Д. Б. Ночной и дневной народы. Язык табуирует жизнь, Искусство кино. 2012. № 4.
- Зоркая Н. М. Уникальное и тиражированное. Средства массовой информации и репродуцированное искусство. М., 1981. С. 158.
- Саппак В. С. Телевидение и мы. <http://www.evartist.narod.ru/text12/83.htm>
- Почему я не смотрю телевизор, Искусство кино. 2011. № 2. <https://old.kinoart.ru/archive/2011/02/n2-article2>
- Ipsos MORI Market and Opinion, Research International, London, 1983
- Reid I: Social class differences in Britain. London, 1989.
- Roberts D: Television and human behavior. Columbia University Press, New York, 1978.

Nino Gelovani,
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

TV SERIES – A SOURCE OF ENTERTAINMENT OR ...?

Summary

Based on local or international studies, it is possible to find out what part of the time spent by a particular society for watching TV is devoted to TV series.

The original function of television was to provide information. The analysis showed that women who regularly watch soap operas have a higher degree of happiness than those women who watch less soap operas.

When watching TV, a person spent and spends most of his/her free time watching the “soap opera”. The TV series offers to its audience a dramatic audio-visual product that is close to the cinema.

In this work, based on the research, I have discussed the habits of TV series viewers, the dependence of their free time and quality of happiness on these factors.