

А. В. Маркова

**Коммодификация семейных ситкомов: культурологический аспект**

В статье рассматриваются модели семейных отношений, транслируемых в семейных ситкомов на современном телевидении. Выявляется аспект их превращения в «товар потребления». Анализируется демонстрация наиболее продаваемых сюжетов и персонажей (подтверждаемых высокими рейтингами). Высказывается предположение последствий такого рода коммодификации.

**Ключевые слова:** телевидение, семейный ситком, персонажи, коммодификация, юмор, семейные ценности, семейные отношения, модель, гендерный стереотип, культурологический анализ.

A. V. Markova

**Commodification of Family Sitcoms: a Culturological Aspect**

This article discusses a model of family relations, broadcast in family sitcoms on television today. The aspect of their transformation into "consumer goods" is revealed. Demonstration of best-selling stories and characters (confirmed by high ratings) is analysed. Suggestion of consequences of such commodification is presented.

**Keywords:** TV, family sitcom, characters, commodification, humour, family values, family relationships, a model, a gender stereotype, a cultural analysis.

Телевидению как социокультурному феномену посвящали и посвящают свои труды многие авторитетные исследователи. Следует отметить значимые в области культурологического освещения вопросов телевидения имена Ю. А. Богомолова, А. С. Варганова, С. А. Герасимовой, Т. С. Злотниковой, О. Ф. Нечай, К. Э. Разлогова, Н. В. Суленовой, А. Я. Юровского и др. Анализируют специфику современного телевидения (с акцентом на российское ТВ) В. М. Вильчек, В. В. Егоров, М. Маклюэн, Т. А. Марченко, В. И. Михалкович, С. А. Муратов, Н. Б. Кириллова, В. С. Саппак, В. Л. Цвик и др. Разработке теории и практики телевидения особое внимание уделили следующие отечественные и зарубежные исследователи: Э. Г. Багиров, Д. Вольтон, В. Р. Ньюме, Е. С. Сабашникова, В. А. Саруханов, Н. И. Утилова и др.

Однако в большинстве научных трудов можно наблюдать периферийность интереса к такому популярному виду телевизионной продукции, как ситком. Ситуационная комедия или ситком (англ. situation comedy, sitcom) – разновидность телепрограмм, особенностью которых является постоянное место действия и ограниченный круг главных героев. В рамках данной работы рассматривается поджанр ситкомов – семейные ситкомы, сюжеты которых образуются вокруг коллизий и перипетий внутри одной семьи (как прави-

ло, расширенной). Для анализа выбраны семейные ситкомы «Моя прекрасная няня», «Воронины», «Кто в доме хозяин». Их объединяет общий источник трансляции – телеканал СТС, который позиционируется как «первый развлекательный». В свою очередь, развлекательная функция телевидения является одной из значимых. Популярность семейных ситкомов обеспечивает смех над повседневными невзгодами, вариативность проживания ситуаций персонажами, некая игра в реальность [6, с. 216].

Как известно, коммодификацией обозначают процесс, в ходе которого различные виды человеческой деятельности обретают денежную стоимость и фактически становятся товарами, продаваемыми и покупаемыми на рынке. Нас интересуют модели семейных отношений, транслируемых в семейных ситкомов, являющихся товаром, предлагаемым для потребления зрителем.

Традиционным для семейных ситкомов является типаж «наивный дурачок» (Шаталин в «Моя прекрасная няня», Никита в «Кто в доме хозяин», Костя в «Воронины»). Отметим, что перечисленные персонажи – главные в семейных ситкомов, все они являются отцами. Подобное явление позволяет разделить озабоченность зарубежных исследователей [9] относительно изображения отцов в семейных ситкомов как наивных, за-

стрывших в детстве подростков. Симпатия к ним не мешает делать из них объект для насмешек со стороны всех остальных членов семьи. Обязательным персонажем в семейных ситкомах являются «зловредные малютки». Дети присутствуют в каждом семейном ситкоме. Смехообразующим элементом в их репликах является насмешливое, ироничное высказывание по отношению не только друг к другу, но и к представителям старшего поколения, а также к присутствующим в ситуации другим, не связанным с ними родственными отношениями, взрослым.

«Зловредность» в данном контексте можно рассматривать как суть фамильярного, не скованного никакими нормами общения со взрослыми. Заметим, что в семейных ситкомах вообще превалирует низкий юмор, что, по нашему мнению, является сомнительным достоинством телепродукта для семейного просмотра. Персонажи «надоедливые родители» наиболее ярко проявлены в семейном ситкоме «Воронины», но присутствуют и в остальных семейных ситкомах. Нельзя не обратить внимания и на авторитарность женских персонажей, что позволяет рассматривать семейные ситкомы в аспекте гендерных стереотипов, транслируемых современным российским телевидением.

В статье «Коммодификация науки» Р. Левонтин и Р. Левин отмечают, что действия, которые были ранее результатом взаимодействия между людьми, теперь «попали на рынок, где человеческие отношения скрыты за безличной куплей-продажей. Каждый раз, когда новый аспект жизни становится товаром, такое попрание прежних ценностей вызывает некоторое возмущение» [5]. Далее авторы объясняют свое обсуждение проблемы желанием не выразить возмущение, «изучить последствия этих изменений». Модификация моделей семейных отношений, трансформация традиционных семейных ценностей под воздействием демонстрации оных в семейных ситкомах представляется нам достаточно актуальной темой для культурологических исследований. Исследователь телевидения С. А. Герасимова отмечает, что разработка «концепции формирования культурных ценностей под воздействием телевидения может способствовать созданию научных основ оперативной культурологической диагностики телевизионной продукции и эффективной регуляции этого процесса» [1, с. 5]. А. Я. Флиер предполагает, что «скоро обществом будет востребована культурологическая экспертиза... проектов в различных

областях деятельности. Слишком часто мы обжигались на том, что не могли грамотно предвидеть культурных последствий наших действий, не могли просчитать социальной цены тех или иных намерений» [8, с. 51].

Коммодификация семейных ситкомов с прагматической точки зрения (рейтинги, рентабельность и пр.) может оставлять «в тени» ответственность за воздействие данного телепродукта. Исследование Н. В. Суленовой [7] показывает, что «чем выше рейтинг, тем ниже «порог этической допустимости (по выражению С. А. Муратова)» [7, с. 7]. Далее автор, ссылаясь на А. А. Аронова, отмечает проблему коммерциализации культуры, при современном усилении которой «развивается новая система ценностей и приоритетов» [7, с. 26]. А. О. Карпова в статье «Коммодификация образования в ракурсе его целей» [3] подчеркивает, что позиция, рассматривающая образовательный институт «как супермаркет, а его учеников как покупателей и потребителей, имеет в наши дни далеко идущие культурные и экономические последствия». Исходя из образовательной функции телевидения, можно предположить, что прогнозирование последствий трансляции моделей семейных отношений в семейных ситкомах имеет значимость и в образовательном аспекте.

Телевидение активно воздействует на повседневность человека. Одной из основ повседневности человека является «система ценностей, составляющая каркас внутренней целостности личности, обладающей неповторимым духовным обликом и стилем жизни. Спектр человеческих ценностей свидетельствует о его личной психологической культуре, о возможностях и направленностях его личностного роста в воображаемых и наличных жизненных мирах» [2, с. 41]. Семейные ситкомы позиционируются как отображение существующей реальности и могут «навязывать» определенные модели семейных отношений, становясь, на наш взгляд, латентным структурным медиатором социальных взаимодействий и коммуникаций телеаудитории. Н. Б. Кириллова понимает «медиа» как «транслирующий канал, построенный на идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях аудитории» [4, с. 22].

Телевидение как часть медиакультуры производит телепродукты с обязательным учетом данных ожиданий. Можно предположить, что ожидания «потребителей» семейных ситкомов на современном российском телевидении связаны с

показом семейных историй, в которых, с одной стороны, все проблемы будут разрешены; будет немало поводов для смеха /разрядки; будет воссоздана привычная реальность. Это позитивные стороны семейных ситкомов. С другой стороны, ожидается просмотр ссоры, скандала, ироничных пикировок между членами семьи – без них сюжет, что называется, был бы пресным или не состоялся бы вообще с драматургической точки зрения. По нашему мнению, возникает необходимость в культурологическом анализе данного явления, с учетом включения семейных ситкомов в процесс коммодификации.

#### Библиографический список

1. Герасимова, С. А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности [Текст] : дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / С. А. Герасимова. – СПб., 2000. – 156 с.
2. Емченко, Е. П. Жизненный мир повседневности человека в контексте современной телевизионной рекламы [Текст] : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.13 / Е. П. Емченко. – Челябинск, 2011. – 171 с.
3. Карпова, О. А. Коммодификация образования в ракурсе его целей [Электронный ресурс] / О. А. Карпова // Вопросы философии. – 2013. – № 2. – Режим доступа: [http://www.HYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.HYPERLINK\). HYPERLINK ["http://www.vphil.ru/vphilHYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.vphil.ru/vphilHYPERLINK\). HYPERLINK ["http://www.vphil.ru/ruHYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.vphil.ru/ruHYPERLINK\).
4. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2006. – 448 с. («Технологии»)
5. Левонтин, Р., Левинс Р. Коммодификация науки [Электронный ресурс] / Р. Левонтин, Р. Левинс. – Режим доступа: <http://www.anticapitalist.ru> (впервые опубликовано на <http://commons.com.ua/>)

6. Маркова, А. В. Ситком на современном российском телевидении: интеграция культур [Текст] / А. В. Маркова // Россия и Европа: связь культуры и экономики : материалы международной научно-практической конференции (24 декабря 2010 года): в 2-х ч. – Ч. 2. / отв. ред. А. В. Наумов. – Прага: Чешская Республика: DigiTisk Studio spol. s r. o., 2011. – С. 216–218.

#### Bibliograficheskiy spisok

1. Gerasimova, S. A. Televidenie kak sredstvo formirovaniya kul'turnykh tsennostej lichnosti [Tekst] : dis. ... kand. kul'turologii: 24.00.01 / S. A. Gerasimova. – Sankt-Peterburg, 2000. – 156 s.
2. Emchenko, E. P. Zhiznennyj mir povsednevnosti cheloveka v kontekste sovremennoj televizionnoj reklamy [Tekst] : dis. ... kand. filosof. nauk: 09.00.13 / E. P. Emchenko. – Chelyabinsk, 2011. – 171 s.
3. Karpova, O. A. Kommodifikatsiya obrazovaniya v rakurse ego tselej [EHlektronnyj resurs] / O. A. Karpova / Voprosy filosofii. – 2013. – № 2. – Rezhim dostupa: [http://www.HYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.HYPERLINK\). HYPERLINK ["http://www.vphil.ru/vphilHYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.vphil.ru/vphilHYPERLINK\). HYPERLINK ["http://www.vphil.ru/ruHYPERLINK\"http://www.vphil.ru/\"](http://www.vphil.ru/ruHYPERLINK\).
4. Kirillova, N. B. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu [Tekst] / N. B. Kirillova. – 2-e izd. – M.: Akademicheskij Proekt, 2006. – 448 s. («Tekhnologii»)
5. Levontin, R., Levins R. Kommodifikatsiya nauki. [Tekst] / R. Levontin, R. Levins [EHlektronnyj resurs] // Rezhim dostupa: <http://www.anticapitalist.ru> (vpervye opublikovano na <http://commons.com.ua/>)
6. Markova, A. V. Sitkom na sovremennom rossijskom televidenii: integratsiya kul'tur [Tekst] / A. V. Markova // Rossiya i Evropa: svyaz' kul'tury i ehkonomiki : materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii (24 dekabrya 2010 goda). – v 2-kh ch. CH. 2. / отв. ред. А. В. Наумов. – Прага: CHeshskaya Respublika: DigiTisk Studio spol. s r. o., 2011. – S. 216–218.