

ДИТИНА І ЗЛО У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ: КОНСТРУКТИВНІ І ДЕСТРУКТИВНІ СКЛАДОВІ ВЗАЄМИН

Е.І. Озар

Проблема різних „образів” зла в сучасних друкованих та електронних медіа для дітей розглядається в контексті соціально-економічного, політичного, культурного і духовного розвитку сучасного урбанізованого техногенного суспільства, а також у контексті взаємодії дитячої і дорослої субкультур, існування єдиного медійного простору.

Поширення і модифікація в сучасному світі явищ насильства та агресивності, нетолерантності і брутальності, якими стрімко уражаються й наймолодші верстви суспільства, зумовили активізацію досліджень цих явищ у найрізноманітніших аспектах: насамперед з психолого-психіатричної точки зору, у філософському, історичному, соціальному, етнічному сенсах, з превентивними цілями в контексті педагогіки тощо. Посилюється зацікавлення феноменом зла і насильства й у зв'язку з підвищенням у дитячому середовищі ступеня агресивності, почасти внаслідок потужного впливу аудіовізуальних та електронних медіа [1]. Зло як естетичний й творчий чинник вивчається у сфері сучасного мистецтва, музичного, образотворчого і, безперечно, літературного.

Та на відміну від західної, в українській науці, зокрема в журналістикознавстві, опанування означених проблем щойно розпочинається. Так, скажімо, різним проявам медіанасильства (порнографізації, пропаганді тоталітарної ідеології й фізичного насильства) та засобам нейтралізації їх згубного впливу на суспільство присвячена монографія Б.Потятиника [2,3]. Дослідженнями у царині медіа-екології займається Інститут екології масової інформації Львівського національного університету ім. І. Франка [4]. Проте у полі зору дослідників перебуває здебільшого дорослий реципієнт, дитина ж в контексті проблеми згадується принагідно [5,6].

Тому запропоноване нами дослідження природи „зла”, а також явищ, у супроводі яких воно функціонує в текстах медіа, створюваних спеціально для дітей¹, або ж дітьми використовуваних, його конструктивного і деструктивного впливу на цю специфічну фокус-групу, є актуальним і своєчасним.

Вихідною у наших роздумах над титульної темою є теза про те, що зло, яке породжує страх, можна вважати традиційним атрибутом як текстів, створюваних самими дітьми (дитячої міфології), так і текстів, створюваних для дітей. Постійне протистояння сил Добра і Зла, безкомпромісний двобій між ними давно стали провідною ідеєю, структуротворчим чинником, креативним кліше дитячих фольклорних та літературних творів. З природних потреб дитини долати вікові психічні та інтелектуальні суперечності постають й так звані дитячі страшні оповідки („страшилки”).

Дослідники пояснюють це явище властивим дитині архаїчним міфологічним бажанням від зустрічі зі злом пережити страх, який за умов захищеності й безпеки приносить їй своєрідну насолоду. Емоції, які переживає маленький реципієнт, спостерігаючи за таким, як зло, прагнучи перемогти добро, усе ж зазнає поразки, сприяють глибокому катарсису, що відіграє важливу роль у формуванні духовної сфери юної особистості [7, 8].

Невипадково, послідовники жанрово-міфологічних теорій В.Проппа у сфері техногенної культури вважають, що фільми жахів, а також інша медіа-продукція з елементами насильства є нічим іншим, як „дитячим” слідом, модернізованою казкою:

¹ Під медіумами, адресованими дітям, пропонуємо розуміти засоби акумуляції і передання інформації, що створюються зі свідомо наперед визначеною орієнтацією на дитяче сприйняття і розуміння. До таких відносимо традиційні паперові та електронні видання (книжки, журнали, газети), теле- та радіопередачі, а також розвивальні та навчальні комп'ютерні ігри та інші аналогічні продукти.

виникаючи в епоху цифрових технологій, вона все одно вибудовується відповідно до первісних законів казкового жанру [9].

Одночасно вчені стверджують, що зло, супроводжуване насильством, є архетипним психологічним явищем суспільного масового характеру, найбільше задіяною моделлю людської поведінки і насильству - як реальному, так і віртуальному (демонстрованому через медіа) - властива ще й „зловісна привабливість”. Це досить переконливо доводить представник сучасної архетипічної психології А.Гугенбюль, розмірковуючи над способами профілактики дитячої агресивності і жорсткості [1].

Таким чином, наявність клішованих форм зла в текстах, адресованих дітям, має давню традицію й зумовлюється особливостями дитячої психології, міфологічністю дитячого мислення. Свідому акцентацію в дитячому тексті на різних формах зла (однак зі щасливим фіналом) можна вважати конструктивною, адже вона допомагає дитині, яка незатишно почувається у жорсткому реальному світі, навчитися долати страх, самостверджуватися, а дитячому твору - здійснювати дуже важливу регулятивно-соціальну функцію, пов'язану з вихованням особистості.

Наступною важливою, на наш погляд, у контексті заявленої проблеми є думка про те, що форми зла в текстах, створюваних дітьми і для дітей, з плином часу об'єктивно трансформуються - так само, як змінюються, а точніше модернізуються персонажі дитячих творів, представлений у них атрибутивний світ, сюжетні колізії, задіяні інтерпретаційні прийоми тощо. Поруч із давніми іпостасями зла, що репродукуються завдяки перевиданням дитячої класики та фольклору, в сучасному медійному дискурсі об'єктивно виникають нові, адекватні реаліям сучасного життя.

Виявити їхню природу та причини виникнення можна, розглядаючи проблему комплексно, в широкому - соціально-економічному, політичному та культурно-естетичному контексті розвитку урбанізованого техногенного суспільства нового тисячоліття. Адже він супроводжується, з одного боку, посиленням мотивів руйнації, дестабілізації, рецидиву «злочину проти божественного порядку» [1]: коли цінності стають відносними, а етика прагматичною, насильство стає ефективною і бажаною можливістю загального процвітання; масовим толеруванням до того, що раніше з метою захисту суспільної моралі заборонялося (фізична жорстокість, мілітаризм, еротика, порнографія тощо) [2], а з іншого - тотальною віртуалізацією зла і насильства за допомогою модерних інформаційних технологій і ЗМІ, коли, наприклад, репортаж про військові конфлікти, кримінальну хроніку дивиться уся сім'я під час сніданку чи вечері; очевидною комерційною вигодою від медіа-насильства, у тому числі рекламного.

Характеризуючи сучасне українське суспільство, слід вказати ще на одну важливу його ознаку, властиву посттоталітарним країнам, - масовій психологічній фрустрації, породженій економікою перехідного періоду, а також дестабілізацією системи культурних і духовних цінностей. Специфічним „українським” явищем слід вважати і так званий постапокаліптичний, або постчорнобильський, синдром з його не лише екологічними, а й соціальними, психологічними і духовними наслідками. Чорнобиль для українців є не лише техногенною аварією, він став, як стверджує Т.Гундрова [10], справжньою цивілізаційною катастрофою, початком іншого світосприйняття, коли катастрофізм стає домашнім явищем і приходять усвідомлення того, „що все може закінчитися – і соціалізм, і прогрес, і навіть саме життя” [11].

І, нарешті, в контексті обговорюваної теми важливо зацентувати увагу на тому, що світ дитячої культури і дитячий медійний дискурс під натиском описаних вище зовнішніх обставин виявляються сьогодні „розгерметизованими”: зло дорослого життя тепер майже безперешкодно „мігрує” в дитячу субкультуру і відповідно в дитячий медійний дискурс. Залежність від світу і культури суспільства дорослих виявляється, зокрема, у витворенні спільного для них інформаційно-медійного простору, представленого передусім всесвітньою інформаційною мережею,

електронними медіа, ЗМІ. Через них дитина пасивно споживає продукти маскультури, створені дорослими, стає беззахисним об'єктом маніпуляцій.

Зупинимося лише на одному, однак чи не найяскравішому прикладі й доказі цього твердження: мова йде про маніпулювання дитячою свідомістю через трансльовану у нас рекламу як дорослу, так і ту, яка, всупереч юридичним заборонам, розрахована безпосередньо на дітей.

На відміну від дорослих реципієнтів з їх критичним ставленням до різних рекламних навіювань та обіцянок, діти, які з об'єктивних причин не мають ще належного життєвого досвіду, з їх неміцною психікою і податливою свідомістю виявляються беззбройними перед силою реклами. Спеціалісти стверджують, що, легко завчавучи і постійно відтворюючи віршовані рекламні тексти, близькі до дитячих поетичних форм, сприймаючи звичайні артистичні прийоми „за чисту монету”, дитина стає прекрасним інструментом прямого маркетингу, ідеальним рекламним агентом фірми-вирбника. На думку фахівців, вона виявляється здатною реально підштовхнути батьків, дорослих з близького оточення до тих чи інших споживчих дій – покупок [12]. Таким чином, дорослий адресант нав'язує дитині-адресату рекламний (інформаційний) продукт, створений далеко не з альтруїстичною метою.

У своїх комерційних прагненнях дорослі рекламисти заходять надто далеко: легку податливість дитини щодо сприйняття рекламних звернень, цілком прогнозовану її подальшу поведінку успішно експлуатують в рекламі не лише іграшок чи морозива, солодощів чи одягу. Відомі часті випадки, коли „відповідальними” за вибір сім'єю того чи іншого бренда під час купівлі дорогих товарів (авто, побутової техніки) виявлялися... малюки. Саме тому в основі сучасних креативних стратегій лежить принцип: у рекламному тексті звертатися до дорослого так, щоб це було одночасно зрозуміло дитині, яка, як виявилось, бере активну участь у рішенні про купівлю багатьох речей. Реклама про всяк випадок хоче мати її серед своїх співників. Вона - реклама – вірить у сильний магічний вплив дітей на споживчу поведінку дорослих.

Найбільше занепокоєння викликає те, що, активно втягуючи дітей у сферу зацікавленень рекламного бізнесу, рекламодавці і рекламні агенції намагаються змінити самих дітей – через пристосування їх способу життя до стилю життя дорослих. Психологи і педагоги стверджують на тому, що реклама гальмує моральний розвиток дитини, пригнічує її творче мислення, призводить до сімейних конфліктів.

Виступаючи лише сегментом побутової культури (нехай і досить впливовим), сучасна реклама, особливо у випадку з дитячими реципієнтами, намагається підмінити собою усю культуру. Сьогодні часто саме реклама, а не, скажімо, література, музика, живопис чи театр, або інші види традиційного мистецтва визначають „культурний” розвиток сучасної дитини. Вона, брутально втручаючись у життя сучасної дитини, сприяє вихованню з неї «людини рекламної», картина світу якої складається з утворених під впливом різноманітних рекламних звернень «фрагментів-картинок» і поведінкових схем, нав'язуваних з відвертими комерційними інтенціями. Таким чином, у контактах дитини із медійною рекламою вбачаємо один з деструктивних проявів зла, застерегтися від яких можна було б завдяки законодавчим заходам, а головне чіткій системі контролю за їх дотриманням.

На відміні від Інтернету, комп'ютерних продуктів та електронних мас-медіа сфера традиційних дитячих медіа – дитячої літератури на паперових носіях - „хворобою” ескалації таких форм зла як насильство, жорстокість, агресія, майже... не інфікована. У цьому переконують спостереження за видавничим ринком, аналіз конкретних видавничих проєктів. І справа не в тому, що в нас винайдено якісь специфічні механізми протистояння цій загрози, а в тому, що левову частку видавничої продукції для дітей останнього п'ятнадцятиріччя складають перевидання творів написаних і, часто, навіть перекладених давно. Не синхронізовані із сучасністю, вони об'єктивно не реагують на її соціальні проблеми і біди, у тому числі й на ескалацію різних форм

насильства. Щодо нових видань, у текстах яких з гідною подиву наполегливістю відтворюються одні і ті самі позачасові застигли стереотипи дитинства, вони також слабо вписуються в актуальні просторово-часові рамки.

Отже, своєрідним захисним бар'єром для проникнення сучасних форм зла в сучасну українську книгу для дітей виявляється, як це не парадоксально, їх архаїчність. Адже здебільшого вони транслюють знакову систему або давнього або абстрактного дитинства - лише не того, що триває в конкретному національному соціумі. На жаль, а, можливо, й на щастя.

Мабуть, тому справжній сплеск емоцій викликала поява на початку 2000-х років в українській дитячій літературі низки творів, в яких на зміну утопічному дитячому раю соціалістичного взірця приходять чорний і жорстокий реалізм дорослого життя. Переконливим прикладом може слугувати фантастична повість-диалог відомої української письменниці Г. Малик про „Злочинців з паралельного світу” [13], основним мотивом якої стає соціальне зло в його українських іпостасях і яке, як показує аналіз, руйнує навіть самі канони писання для дітей. Виявляється, що сучасне зло може мати дитяче „обличчя”. Традиційний для дитячого твору анімалістичний світ персонажів занурюється в нетрадиційні, однак правдиві життєві обставини. Дітям не прийнято показувати темні, зворотні сторони життя, проте Г. Малик робить це майже документально. Головні герої: хлопчик Хроня та його друзі – пес, кіт, папуга і хом'як – усі бомжі, безпритульні, діти вулиці та бездушного міста. Конфлікти із зовнішнім світом, конфлікти, які виникають у їх середовищі, боротьба за виживання сповнені насильства і жорсткості, недитячої болі втрат близьких людей. І навіть фінал, який в дитячому творі при всій можливій напрузі має бути щасливим, на хепі-енд не подібний.

Відповідає зображуваному й мовленнєвий матеріал твору, за який Г.Малик найбільше піддавали критиці. Диалоги в тексті рясніють вульгаризмами, жаргонізмами, навіть лайками, які, природно, суперечать „слов'яній гармонії” літературного стандарту, традиційного для нашої дитячої літератури, проте надто вже точно передають реальну мовленнєву практику підлітків, і не лише неблагополучних. Авторка дуже точно акцентує на одному з яскравих проявів зла і насильства в дитячому середовищі - бруталізації дитячого мовлення, поширенні ритуалів агресивної поведінки, у тому числі мовленнєвої.

Відповідає стилістиці і загальному настрою тексту й графічний образ видання, створений С.Храповим. Нетипова для дитячої книги техніка ілюстрування (чорно-біла графіка), оформлення палітурки, елементи декору – усе це дисонує з традицією оформлення дитячих видань, замість звичних радості, гумору й оптимізму створює в юного читача відчуття тривоги, страху. Персонажі, візуалізовані у портретах-гротесках, є радше лихими, ніж добрими.

Вважаємо, що, свідомо акцентуючи на темних сторонах життя, Г.Малик усе ж вдається зло не романтизувати, а використати як інструмент впливу на емоційну сферу читача-підлітка, засіб примусити його глибоко співчувати, пережити біль і проходити шлях до раю через пекло. І це, вочевидь, найважливіше. Адже дитячі потрясіння від побаченого, почутого і прочитаного з огляду на концентрований емоційний стан відчаю, як відомо, не минають для нервової системи без сліду і обов'язково породжують реакцію у відповідь. Тому найважливіше для письменника в зображенні зла, а також у використанні його очищувальної сили, точно знати міру, не перейти критичної межі, не порушити одну з основних заповідей Гіппократа – не нашкодь.

У підсумок зазначимо, що проблема, піднята у статті, є складною і неоднозначною, а тому потребує уважного і глибокого осмислення. Її вивчення дасть можливість не лише активізувати пошуки ефективних заходів, які б запобігали негативним наслідкам, породжуваним сучасними іпостасями зла в комунікативно-інформаційних процесах, спрямованих на дітей, а й розширити уявлення про зло як

особливий естетичний та креативний феномен, як важливий важіль (разом із добром) суспільної моральності.

SUMMARY

The problem of different images of "evil" in the modern print and electronic media whose target audience is children is viewed in the broad social and economic, political, cultural and aesthetic context of the modern urbanized society development, as well as in the context of the interaction of adult and children subcultures.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гугенбюль А. Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними.- Санкт-Петербург, 2000.
2. Потяниник Б. Медіа: ключі до розуміння. Серія : Медіакритика. –Львів., 2004.
3. Потяниник Б. Патогенний текст. – Львів, 1996.
4. <http://www.mediakrytyka.info>
5. Петрунько О. Фільми жахів як осучаснена казка // Медіакритика: Дайджест електор.журн., присв. медіа і масової комунікації. – 2003. - №1. – С.47-55.
6. Косюк О. Насилля в медіапросторі. Редукція до найдавніших форм дискурсу // Вісник Дніпропетров. нац.ун-та. – 2006. – №1. – С.33- 36.
7. Гречина О., Осорина В. Современная фольклорная проза детей // Русский фольклор. – Ленинград, 1981.- Вып.20.- С.96-106.
8. Лойтер С. Русский детский фольклор и детская мифология: Исследования и тексты. – Петрозаводськ, 2001.
9. Гундорова Т. Післячорнобильська бібліотека. Український літературний модерн. –К., 2004.
10. Глібчук У. Скидається на те, що це література кайфу...// Дзеркало тижня. – 2006. - №43.
11. Краско Т. Психологія реклами.- Харків, 2002.
12. Малик Г. Злочинці з паралельного світу. –Львів, 2001; Злочинці з паралельного світу -2. – Львів, 2003.

Надійшла до редакції 2 березня 2007р.