

მირიან ორაგველიძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და
კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი,
საგანმანათლებლო პროგრამა: კულტურა მედიაში,
სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნანა დოლიძე.

რეზიუმე

მასობრივი კულტურა ეტაპობრივად და ნაბიჯ-ნაბიჯ გადაიქცა თანამედროვე ადამიანის ყოველდღიურობად, მისი ქრონოლოგია იმდენად ორგანულად და სწრაფად განვითარდა, რომ, შეიძლება ითქვას, უმტკივნეულოდაც კი ინტეგრირდა დღევანდელობაში. სერიალები უდავოდ ერთ-ერთ ტიტანურ ადგილს იკავებს, ატლასის მსგავსად, რომელმაც დგას მასობრივი, ანუ პოპკულტურა. შესაბამისად, საინტერესოა სერიალის ფუნქციური თავისებურებები ინფორმაციულ საზოგადოებაში, თუმცა ამისათვის საჭიროა დაახლოებითი წარმოდგენა მაინც გვქონდეს „ინფორმაციულ საზოგადოებასა“ და მის დეფინიციამდე.

„ინფორმაციული საზოგადოება“ არის სოციალურ-ეკონომიკური კონსტრუქცია, სადაც ინფორმაცია და ცოდნა ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული განვითარების ძირითადი მამოძრავებელია. ინფორმაციულ საზოგადოებაში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგია (ICT) ცენტრალურ როლს თამაშობს სხვადასხვა სექტორში ცოდნის შექმნას, გავრცელებასა და გამოყენებაში. ინფორმაციული საზოგა-

დოების მახასიათებლები მოიცავს ციფრულ ტექნოლოგიებზე ფართო ხელმისაწვდომობას, ციფრული შინაარსისა და მონაცემების გამრავლებას, ციფრული საკომუნიკაციო ქსელების გამორჩეულობას და ICT-ების ინტეგრაციას ეკონომიკურ საქმიანობაში, განათლებაში, მმართველობასა და ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ინფორმაციულ საზოგადოებაზე გადასვლა წარმოადგენს გადასვლას ტრადიციული ინდუსტრიული ეკონომიკებიდან ცოდნაზე დაფუძნებულ ეკონომიკებზე, სადაც ინფორმაციის გენერირების, დამუშავებისა და ეფექტურად გამოყენების უნარი გადამწყვეტია ინდივიდუალური და კოლექტიური პროგრესისთვის.

სწორედ ამგვარი საზოგადოებისთვის შექმნილი პროდუქტია ტელესერიალი, რომელიც ითვალისწინებს, ერთი მხრივ, მასების და, მეორე მხრივ, ინდივიდების გემოვნებასა და მოთხოვნებს. აღნიშნული მოსაზრების გასამყარებლად მნიშვნელოვანია ინფორმაციულ საზოგადოებაში სერიალების ფუნქციური როლის სიღრმისეული გააზრება, მათი კულტურული, სოციალური, ეკონომიკური და ეთიკური განზომილებების შეს-

წავლა, კვლევის ძირითად მიმართულებად თანამედროვე მედია ლანდშაფტის დინამიკასა და განვითარებაში სერიული კულტურის მნიშვნელობის, მისი როლისა და ფუნქციების განსაზღვრა.

და მაინც, რა როლს ასრულებს საინფორმაციო საზოგადოებაში ტელესერიალი? თემა საკმაოდ ვრცელი აქტუალური და საინტერესოა როგორც იდეური, ასევე წმინდა პრაგმატული თვალსაზრისით. მნიშვნელოვანია სატელევიზიო სერიალების მრავალმხრივი ფუნქციისა და შედეგების ყოვლისმომცველი გააზრება თანამედროვე კულტურისა და მედია ლანდშაფტის ფარგლებში. თუ როგორ ფუნქციონირებს სატელევიზიო სერიალები, როგორც კულტურული წარმოდგენის, სოციალური კომუნიკაციისა და ინფორმაციის გავრცელების კრიტიკული ინსტრუმენტები იმ ეპოქაში, რომელიც ხასიათდება სწრაფი ტექნოლოგიური წინსვლებითა და მედიის კონვერგენციით. სხვადასხვა ასპექტის შესწავლით, როგორებიცაა ნარატიული სტრუქტურები, აუდიტორიის ჩართულობა და ციფრული პლატფორმების გავლენა, ტელესერიალი აყალიბებს და ასახავს საზოგადოების დინამიკას. გარდა ამისა, დიდია სერიალების საგანმანათლებლო და ინფორმაციული მნიშვნელობა, მათი ეკონომიკური და ინდუსტრიული ზეგავლენა როგორც საზოგადოებრივ დისკურსზე ასევე, კულტურულ საუბრებზე.

სატელევიზიო სერიალები განვითარდა მათი ტრადიციული როლის მიღმა, ის აღარ წარმოადგენს მხოლოდ გართობის წყაროს და გახდა მნიშვნელოვანი კულტურული, სოციალური და ინფორმაციული ფენომენი.

ტელესერიალების გავლენა თანამედროვე კულტურასა და ეკონომიკაზე განსაკუთრებით თვალსაჩინოა მოდისა და ბრენდების სფეროში. ბრენდული ცნობადობა, მომხმარებლის ქცევა და ტენდენციების შექმნა არაერთხელ დაკავშირებულა სერიალების ვიზუალურ იდენტობასა და პერსონაჟების სტილთან. სამი კონკრეტული შემთხვევა – Miami Vice, Squid Game და Gossip Girl – მკაფიოდ წარმოაჩენს ამ გავლენას.

1980-იანი წლების ამერიკულ სერიალს Miami Vice მნიშვნელოვანი როლი ჰქონდა კაცების მოდის ტრანსფორმაციაში. სერიალის პერსონაჟის – სონი კროკეტის მიერ Armani-ის პასტელის ფერის ჟაკეტებისა და თეთრი ლინენის შარვლების ტარებამ გააღრმავა ინტერესი იტალიური მოდისადმი აშშ-ში. ამასთანავე, Ray-Ban-ის Wayfarer სათვალის გაყიდვები მნიშვნელოვნად გაიზარდა მას შემდეგ, რაც პერსონაჟმა დაიწყო მათი გამოყენება ეკრანზე.¹

2021 წელს Netflix-ის სერიალმა Squid Game ახალი სიცოცხლე მიანიჭა სპორტულ სტილს. მწვანე სპორტული კოსტიუმები და თეთრი Vans slip-on სტილის სპორტუ-

¹ Baudrillard, Simulacra, 1994.

ლი ფეხსაცმელი მომხმარებლების საძიებო სისტემებსა და ონლაინ პლატფორმებზე ათასობით პროცენტით გაიზარდა. Depop-ზე კონკრეტული მოდელების ძიება 7,800%-ით გაიზარდა სერიალის გამოსვლიდან მალევე, ხოლო Jung Ho-yeon, ერთ-ერთი მთავარი მსახიობი, Louis Vuitton-ის გლობალურ ელჩად დასახელდა.²

სერიალი Gossip Girl კი მოდის ინდუსტრიის განუყოფელ ნაწილად იქცა 2007–2012 წლებში. ის აღიარებული იქნა, როგორც მოდის მარკეტინგის ძლიერი ხაზი – ბრენდები, როგორებიცაა Verizon Wireless, VitaminWater და HP, მონაწილეობდნენ პროდუქტის პირდაპირი პლასირებით. სერიალის პერსონაჟების ჩაცმულობა ხშირად განსაზღვრავდა ახალ სეზონურ ტენდენციებს, ხოლო სერიალი თავად იქცა მოდის ერთგვარ ვიტრინად.³

ინფორმაციის გავრცელება, მიღება და ინტერპრეტაცია განსაზღვრავს სოციალურ და კულტურულ პრაქტიკებს, ტელესერიალი ფუნქციურად ტრანსფორმირებული მედიუმია. ის აღარ არის მხოლოდ გასართობი პროდუქტი; პირიქით — ტელესერიალი თანადროულად ასრულებს ინფორმაციულ, კულტურულ, იდენტობრივ, საგანმანათლებლო და ფსიქოლოგიურ ფუნქციებს. მისი გავლენა ინდივიდისა და საზოგადოების კომუნი-

კაციურ ქცევებზე, ღირებულებათა სისტემასა და იდენტობის კონსტრუირებაზე მრავალმხრივია.

ტელესერიალის ფუნქციური თავისებურებების შესწავლა ინფორმაციულ საზოგადოებაში არა მხოლოდ მედიის კვლევისთვისაა მნიშვნელოვანი, არამედ აუცილებელია სოციოკულტურული ანალიზისთვისაც. ამ კონტექსტში ტელესერიალი გვევლინება როგორც ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო ფორმა, რომელიც ასახავს თანამედროვე ადამიანის ცნობიერებისა და ყოფის სპეციფიკას.

² Yildirim, Aydin, The Role, 13(1), 2022, pp. 45–54.

³ Gossip Girl, New York Times, 2008.

თელესერიალის ფუნქციური თავისებურებები ინფორმაციულ საზოგადოებაში

საკვანძო სიტყვები: ტელესერიალი, ინფორმაციული საზოგადოება, სერიალის ფუნქციური თავისებურებები

მასობრივი კულტურა ეტაპობრივად და ნაბიჯ-ნაბიჯ გადაიქცა თანამედროვე ადამიანის ყოველდღიურობად, მისი ქრონოლოგია იმდენად ორგანულად და სწრაფად განვითარდა, რომ, შეიძლება ითქვას, უმტკივნეულოდ კი ინტეგრირდა დღევანდელობაში. სერიאלები უდავოდ ერთ-ერთ ტიტანურ ადგილს იკავებს, ატლასის მსგავსად, რომელზეც დგას მასობრივი, ანუ პოპკულტურა. შესაბამისად, საინტერესოა სერიალის ფუნქციური თავისებურებები ინფორმაციულ საზოგადოებაში, თუმცა ამისათვის საჭიროა დაახლოებითი წარმოდგენა მაინც გვქონდეს „ინფორმაციულ საზოგადოებასა“ და მის დეფინიციებზე.

„ინფორმაციული საზოგადოება“ არის სოციალურ-ეკონომიკური კონსტრუქცია, სადაც ინფორმაცია და ცოდნა ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული განვითარების ძირითადი მამოძრავებელია. ინფორმაციულ საზოგადოებაში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (ICT) ცენტრალურ როლს თამაშობენ სხვადასხვა სექტორში ცოდნის შექმნას, გავრცელებასა და გამოყენებაში. ინფორმაციული საზოგადოების მახასიათებლები მოიცავს ციფრულ ტექნოლოგიებზე ფართო ხელმისაწვდომობას, ციფრული შინაარსისა და მონაცემების გამრავლებას, ციფრული საკომუნიკაციო ქსელების გამორჩეულობას და ICT-ების ინტეგრაციას ეკონომიკურ საქმიანობაში, განათლებაში, მმართველობასა და ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ინფორმაციის გენერირების, დამუშავებისა და ეფექტურად გამოყენების უნარი გადამწყვეტია ინდივიდუალური და კოლექტიური პროგრესისთვის.

სწორედ ამგვარი საზოგადოებისთვის შექმნილი პროდუქტია ტელესერიალი, რომელიც ითვალისწინებს, ერთი მხრივ, მასებისა და, მეორე მხრივ, ინდივიდების გემოვნებასა და მოთხოვნებს. აღნიშნული მოსაზრების გასამყარებლად მნიშვნელოვანია ინფორმაციულ საზოგადოებაში სერიالების ფუნქციური როლის სიღრმისეული გააზრება, მათი კულტურული, სოციალური, ეკონომიკუ-

რი და ეთიკური განზომილებების შესწავლა, კვლევის ძირითად მიმართულებად თანამედროვე მედია ლანდშაფტის დინამიკასა და განვითარებაში სერიული კულტურის მნიშვნელობის, მისი როლისა და ფუნქციების განსაზღვრა.

და მაინც, რა როლს ასრულებს საინფორმაციო საზოგადოებაში ტელესერიალი? თემა საკმაოდ ვრცელი აქტუალური და საინტერესოა, როგორც იდეური ასევე წმინდა პრაგმატული თვალსაზრისით. მნიშვნელოვანია სატელევიზიო სერიალების მრავალმხრივი ფუნქციისა და შედეგების ყოვლისმომცველი გააზრება თანამედროვე კულტურისა და მედიალანდშაფტის ფარგლებში. თუ როგორ ფუნქციონირებს სატელევიზიო სერიალები, როგორც კულტურული წარმოდგენის, სოციალური კომუნიკაციისა და ინფორმაციის გავრცელების კრიტიკული ინსტრუმენტები იმ ეპოქაში, რომელიც ხასიათდება სწრაფი ტექნოლოგიური წინსვლებითა და მედიის კონვერგენციით. სხვადასხვა ასპექტის შესწავლით, როგორებიცაა ნარატიული სტრუქტურები, აუდიტორიის ჩართულობა და ციფრული პლატფორმების გავლენა, ტელესერიალი აყალიბებს და ასახავს საზოგადოების დინამიკას. გარდა ამისა, დიდია სერიალების საგანმანათლებლო და ინფორმაციული მნიშვნელობა, ეკონომიკური და ინდუსტრიული ზეგავლენა და მათი გავლენა საზოგადოებრივ დისკურსსა და კულტურულ საუბრებზე.

სატელევიზიო სერიალები განვითარდა მათი ტრადიციული როლის მიღმა, ის აღარ წარმოადგენს მხოლოდ გართობის წყაროს, და გახდა მნიშვნელოვანი კულტურული, სოციალური და ინფორმაციული ფენომენი.

„ტკივილი, ვნება, სიყვარული, ღალატი, მრისხანება, მოტყუება, იმედგაცრუება, ოჯახი, ერთგულება და სექსუალობაც კი ეკრანებზე ინტერნალიზდება; ამგვარად, იცვლება ჩვენი კულტურული რიტუალები“.¹

კონკრეტული თემის სიახლე და აქტუალობა ცალსახად მნიშვნელოვანია თანამედროვე სამყაროში, მასობრივი კულტურა და განსაკუთრებით სერიალები ქმნიან ეპოქას: ფრთიანი გამონათქვამებიდან, მოდის ტენდენციებიდან დაწყებული, მორალური ასპექტის კარნახით და არაერთგვაროვანი მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბებით დამთავრებული.

¹ Yıldırım, Aydın, The Role, 2012.

სატელევიზიო სერიალები დიდი ხანია აღიარებულია, როგორც ისტორიების მოთხრობის, გასართობი და კულტურული რეფლექსიის მძლავრი საშუალება. დღევანდელ საინფორმაციო საზოგადოებაში, რომელსაც ახასიათებს სწრაფი ტექნოლოგიური წინსვლა და მედიის კონვერგენცია, სერიალების მნიშვნელობა სცილდება უბრალო გართობას. ამ კონტექსტში სატელევიზიო სერიალების ფუნქციონალური თავისებურებების გაგება არა თუ მხოლოდ აქტუალური, არამედ, შეიძლება ითქვას, გადამწყვეტია მათი ღრმა გავლენის გასაგებად თანამედროვე კულტურაზე, საზოგადოებასა და მედია გარემოზე.

ამ კვლევის ცენტრში აღიარებენ იმ მრავალმხრივი ფუნქციებს, რომლებსაც სერიალები თამაშობენ ინფორმაციული საზოგადოების სტრუქტურაში. სატელევიზიო სერიალები, გართობის წყაროს გარდა, ფუნქციონირებს, როგორც სასიცოცხლო ინსტრუმენტები კულტურული წარმოდგენის, სოციალური კომუნიკაციისა და ინფორმაციის გავრცელებისთვის. ისინი ასახავს და აყალიბებს კულტურულ ნორმებს, ღირებულებებსა და სოციალურ ტენდენციებს, აწვდის აუდიტორიას ნარატივებს, რომლებიც ასახავს და გავლენას ახდენს მათ გარშემო არსებულ სამყაროზე.

თანამედროვე ადამიანზე, მის ფსიქოლოგიასა და მსოფლმხედველობაზე სერიალების გავლენა მკვეთრად იგრძნობა, მათი გავლენის არეალი საკმაოდ დიდ მასშტაბებთანაა ასოცირებული. სატელევიზიო სერიალი სცილდება ტრადიციულ ჩარჩოებს, როგორც უბრალო გასართობს, რასაც ადასტურებს გაანალიზებული ვრცელი თეორიული მასალა, რომელიც შეისწავლის მასობრივ კულტურას, ზოგადად სერიალის ფენომენს და მის გავლენას, სოციოლოგიას, მედიაკრიტიკას, მედიაწიგნიერებას და ადამიანის სიმბიოზს პოპკულტურასთან, რომელსაც ყოველდღიურობა ჰქვია.

ინფორმაციული საზოგადოების კონტექსტში მასობრივი კულტურის ფორმები გადამწყვეტ როლს თამაშობენ კულტურული თვითგამოხატვის, სოციალური დისკურსისა და ინფორმაციის გავრცელების პროცესში. ტელესერიალი, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და გავრცელებული მედიაფორმატი, ინფორმაციული ეპოქის პროდუქტი და, ამავდროულად, მისი ფორმირების აქტიური ნაწილი გახდა.

თანამედროვე მედიასივრცეში სერიალები აღარ არის მხოლოდ გასართობი პროდუქტი. ისინი წარმოადგენს სოციოკულტურულ პლატფორმას, სადაც თავმოყრილი და გამოხატულია მრავალფეროვანი იდენტობები და პრობლემები: ეთნიკური, რელიგიური, გენდერული, ეკონომიკური და სხვა. მათი ზეგავლენა ვრცელდება მსოფლმხედველობაზე, ღირებულებებსა და კოლექტიურ წარმოდგენებზე. სერიალების განხილვა ინფორმაციულ საზოგადოებაში აუცილებელია არა მხოლოდ კულტურული ან ესთეტიკური, არამედ სოციალური და ეკონომიკური თვალსაზრისითაც.

„ახალი სერიალები სხვადასხვა პლატფორმაზე მნიშვნელოვან მედია ფენომენად იქცევა, რაც სატელევიზიო რეიტინგების გაანგარიშების ტრადიციული მეთოდების გადახედვას მოითხოვს“.²

სერიალის ფუნქციური თავისებურებები

1. **კულტურული ფუნქცია** – სერიალი ასახავს საზოგადოებრივ ნორმებსა და ღირებულებებს, ქმნის კულტურულ მოდელებს და ავლენს იდენტობის პოლიტიკას. სერიალში აისახება სხვადასხვა სოციოკულტურული თემატიკა, როგორიცაა გენდერული თანასწორობა, მიგრაცია, სექსუალობა და ტრადიციული ფასეულობების კრიტიკა.
2. **სოციალური ფუნქცია** – სერიალი ქმნის კოლექტიურ გამოცდილებას, ერთიანდება აუდიტორიასთან სოციალური ქსელებისა და კომენტარების მეშვეობით, ქმნის საერთო მესხიერებას და ინიცირებს საზოგადოებრივ დისკუსიებს.
3. **ინფორმაციული ფუნქცია** – სერიალი ხშირად ემსახურება ინფორმაციის გავრცელებას, პოლიტიკური, ისტორიული ან ეთნიკური თემების გაშუქებას. ის ასრულებს „რბილი ძალის“ როლს გლობალურ კულტურულ პროცესებში.
4. **ეკონომიკური ფუნქცია** – სერიალი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მედია ინდუსტრიაში: შექმნის, დისტრიბუციის და მონეტიზაციის სტრუქტურებში. ის ქმნის ახალ ეკონომიკურ მოდელებს ციფრულ პლატფორმებზე.

² Tomoiagă, Television, 2015, pp. 58-68.

დანიელ ბელი ინფორმაციულ საზოგადოებას მიიჩნევს როგორც პოსტინდუსტრიულ ეტაპს, სადაც მთავარი რესურსია არა მატერია ან კაპიტალი, არამედ ინფორმაცია და ცოდნა. მისი აზრით, ამ საზოგადოებაში კულტურა, პოლიტიკა და სოციალური სტრუქტურა დამოუკიდებელი სფეროებია და ინფორმაციული ტრანსფორმაცია გავლენას ახდენს სწორედ სოციალურ სტრუქტურებზე.³

მანუელ კასტელსი ყურადღებას ამახვილებს „ქსელური საზოგადოების“ იდეაზე. მასში ინფორმაცია მოძრაობს არა სივრცობრივად, არამედ ქსელურად – ანუ არ არის მიბმული კონკრეტულ ადგილს. სერიალი, როგორც ციფრული პროდუქტი, სწორედ ასეთი ქსელური ურთიერთობების გამოხატულებაა, რომელიც აუდიტორიას აერთიანებს გეოგრაფიული და კულტურული საზღვრების მიღმა.⁴

მარშალ მაკლუენი მიიჩნევს, რომ „საშუალება თავად არის შეტყობინება“ – რაც ნიშნავს, რომ თვითონ ტელევიზიური ფორმატი, და მისი ვიზუალური გამოცდილება, განსაზღვრავს მიღებული ინფორმაციის ინტერპრეტაციას. მაყურებელი ტელევიზორს როგორც ახალ „კულტურულ რიტუალს“ ისე იღებს.⁵

ტელესერიალების გავლენა თანამედროვე კულტურასა და ეკონომიკაზე განსაკუთრებით თვალსაჩინოა მოდისა და ბრენდების სფეროში. ბრენდული ცნობადობა, მომხმარებლის ქცევა და ტენდენციების შექმნა არაერთხელ დაკავშირებულა სერიალების ვიზუალურ იდენტობასა და პერსონაჟების სტილთან. სამი კონკრეტული შემთხვევა – *Miami Vice*, *Squid Game* და *Gossip Girl* – მკაფიოდ წარმოაჩენს ამ გავლენას.

1980-იანი წლების ამერიკულ სერიალს **Miami Vice** მნიშვნელოვანი როლი ჰქონდა კაცების მოდის ტრანსფორმაციაში. სერიალის პერსონაჟის – სონი კროკეტის მიერ Armani-ის პასტელის ფერის ჟაკეტებისა და თეთრი ლინენის შარვლების ტარებამ გააღრმავა ინტერესი იტალიური მოდისადმი აშშ-ში. ამასთანავე, Ray-Ban-ის Wayfarer სათვალის გაყიდვები მნიშვნელოვნად გაიზარდა მას შემდეგ, რაც პერსონაჟმა დაიწყო მათი გამოყენება ეკრანზე.⁶

³ ბელი, ინფორმაციული.

⁴ Castells, *The Rise*, 1996.

⁵ McLuhan, *The Global*, 1989.

⁶ Baudrillard, *Simulacra*, 1994.

2021 წელს Netflix-ის სერიალმა **Squid Game** ახალი სიცოცხლე მიანიჭა სპორტულ სტილს. მწვანე სპორტული კოსტიუმები და თეთრი Vans slip-on სტილის სპორტული ფეხსაცმელი მომხმარებლების საძიებო სისტემებსა და ონლაინ პლატფორმებზე ათასობით პროცენტით გაიზარდა. Depop-ზე კონკრეტული მოდელების ძიება 7,800%-ით გაიზარდა სერიალის გამოსვლიდან მალევე, ხოლო Jung Ho-yeon, ერთ-ერთი მთავარი მსახიობი, Louis Vuitton-ის გლობალურ ელჩად დასახელდა.⁷

სერიალი – Gossip Girl კი მოდის ინდუსტრიის განუყოფელ ნაწილად იქცა 2007-2012 წლებში. ის აღიარეს, როგორც მოდის მარკეტინგის ძლიერი ხაზი – ბრენდები, როგორებიცაა Verizon Wireless, VitaminWater და HP, მონაწილეობდნენ პროდუქტის პირდაპირი პლასირებით. სერიალის პერსონაჟების ჩაცმულობა ხშირად განსაზღვრავდა ახალ სეზონურ ტენდენციებს, ხოლო სერიალი თავად იქცა მოდის ერთგვარ ვიტრინად.⁸

ინფორმაციულ საზოგადოებაში, რომელშიც ინფორმაციის გავრცელება, მიღება და ინტერპრეტაცია განსაზღვრავს სოციალურ და კულტურულ პრაქტიკებს, ტელესერიალი ფუნქციურად ტრანსფორმირებული მედიუმია. ის აღარ არის მხოლოდ გასართობი პროდუქტი; პირიქით – ტელესერიალი თანადროულად ასრულებს ინფორმაციულ, კულტურულ, იდენტობრივ, საგანმანათლებლო და ფსიქოლოგიურ ფუნქციებს. მისი გავლენა ინდივიდისა და საზოგადოების კომუნიკაციურ ქცევებზე, ღირებულებათა სისტემასა და იდენტობის კონსტრუირებაზე მრავალმხრივია.

ტელესერიალის ფუნქციური თავისებურებების შესწავლა ინფორმაციულ საზოგადოებაში არა მხოლოდ მედიის კვლევისთვისაა მნიშვნელოვანი, არამედ აუცილებელია სოციოკულტურული ანალიზისთვისაც. ამ კონტექსტში ტელესერიალი გვევლინება როგორც ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო ფორმა, რომელიც ასახავს თანამედროვე ადამიანის ცნობიერებისა და ყოფის სპეციფიკას.

⁷ Yildirim, Aydin, The Role, 13(1), 2022, pp. 45–54.

⁸ New York Times, Gossip Girl, 2008.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Baudrillard J., Simulacra and Simulation, Michigan Press, 1994.
- Castells M., The Rise of the Network Society. Volume I of The Information Age: Economy, Society and Culture. Oxford, 1996.
- Clifford S., „Gossip Girl“ Makes Product Placement Chic, New York Times, July 14, 2008.
- McLuhan M., Powers B. R., The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century, Oxford, 1989.
- Tomoiagă L., Television Series as Mirrors of Contemporary Life, Cambridge, 2019.
- Yildirim Y., Aydin K. The Role of Popular TV Series and TV Series Characters in Creating Brand Awareness, Brooklyn, New York, 13(1), 2022.
- Yildirima Y., The Role of Popular TV Series and TV Series Characters in Creating Brand Awareness, 2012.
- ბელი დ., ინფორმაციული საზოგადოება, როგორც პოსტინდუსტრიალიზმი. http://www.socium.ge/downloads/samagistro/shevdivart_ra_info_erashi.pdf 16/06/2025.
- Даниленко Т.А. Сериал Как Феномен Массовой Культуры. <http://repository.buk.by/jspui/bitstream/123456789/1692/1/SERIAL%20KAK%20FENOMEN%20MASSOVOY%20KUL%27TURYI.pdf> 16/06/2025.
- Кушнарёва И., Как Нас Приучили к Сериалам, Москва, 2013.

MEDIA STUDIES

Mirian Oragvelidze,

Doctoral student,

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgia State University,

Educational program: Culture in Media,

Supervisor: Nana Dolidze

THE FUNCTIONAL SPECIFICITIES OF TELEVISION SERIES IN THE INFORMATION SOCIETY

Keywords: *TV series, information society,
functional features of the series*

Abstract

Mass culture has gradually and step by step transformed into the everyday reality of modern humans. Its chronology developed so organically and rapidly that one could even say it has integrated into today's world almost painlessly. Television series are undoubtedly among the pillars – like an Atlas – on which mass, or pop culture, stands.

Accordingly, the functional specificities of television series within the information society are of great interest. However, to explore this, we must first have at least an approximate understanding of what the „information society“ is and how it is defined.

The „information society“ is a socio-economic construct in which information and knowledge serve as the primary driving forces of economic, social, and cultural development. In an information society, information and communication technologies (ICT) play a central role in the creation, dissemination, and application of knowledge across various sectors. The characteristics of an information society include broad access to digital technologies, the proliferation of digital content and data, the prominence of digital communication networks, and the

integration of ICT into economic activities, education, governance, and everyday life. The transition to an information society signifies a shift from traditional industrial economies to knowledge-based economies, where the ability to generate, process, and effectively utilize information becomes crucial for both individual and collective progress.

The television series is a product created specifically for such a society, one that takes into account both the preferences and demands of the masses on the one hand, and those of individuals on the other. To support this view, it is essential to deeply understand the functional roles of television series within the information society and to explore their cultural, social, economic, and ethical dimensions. The main direction of this research should be to define the significance, role, and functions of serial culture in the dynamics and development of the modern media landscape.

What role does the television series play in the information society? This is a vast, relevant, and fascinating topic, both from an ideological and a purely pragmatic perspective. It is important to comprehensively understand the multifaceted roles and effects of television series within the framework of contemporary culture and the media landscape. Television series function as critical instruments of cultural representation, social communication, and information dissemination in an era characterized by rapid technological advancements and media convergence. By studying various aspects such as narrative structures, audience engagement, and the influence of digital platforms, television series both shape and reflect the dynamics of society. Additionally, the educational and informational significance of series, their economic and industrial impact, as well as their influence on public discourse and cultural conversations, are crucial.

Television series have evolved beyond their traditional role – they no longer serve merely as a source of entertainment but have become an important cultural, social, and informational phenomenon.

The impact of television series on contemporary culture and the economy is especially evident in the fields of fashion and branding. Brand recognition, consumer behavior, and trend creation have often

been linked to the visual identity of series and the style of their characters. Three specific examples – Miami Vice, Squid Game, and Gossip Girl – demonstrate this influence.

The 1980s American TV series Miami Vice played a significant role in transforming men's fashion. The character Sonny Crockett's wearing of pastel-colored Armani jackets and white linen trousers deepened the interest in Italian fashion in the United States of America. Additionally, sales of Ray-Ban Wayfarer sunglasses increased significantly after the character began using them on screen (Baudrillard, 1994).

In 2021, the Netflix series Squid Game breathed new life into the sportswear style. Searches for green tracksuits and white Vans slip-on sneakers surged by thousands of percent on search engines and online platforms. On Depop, searches for specific models increased by 7,800% shortly after the series premiered, and Jung Ho-yeon, one of the main actors, was named a global ambassador for Louis Vuitton (Yildirim & Aydin, 2022).

The series Gossip Girl became an integral part of the fashion industry between 2007 and 2012. It was recognized as a powerful tool for fashion marketing – brands such as Verizon Wireless, Vitamin Water, and HP participated through direct product placement. The characters' outfits often set new seasonal trends, and the series itself became a kind of fashion showcase (New York Times, 2008).

In the information society, where the dissemination, reception, and interpretation of information shape social and cultural practices, the television series functions as a transformed medium. It is no longer merely an entertainment product; on the contrary, a television series simultaneously performs informational, cultural, identity-related, educational, and psychological functions. Its influence on the communicative behaviors of individuals and society, value systems, and identity construction is multifaceted.

The study of the functional characteristics of television series in the information society is important not only for media research but also essential for socio-cultural analysis. In this context, the television series emerges as one of the most prominent forms reflecting the specifics of contemporary human consciousness and existence.