

АСПЕКТИ МІФОЛОГІЗАЦІЇ У КОНСТРУЮВАННІ МІСТИЧНОГО КОНТЕНТУ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Популярність телевізійних проектів із містичним контентом зумовлена тим, що дані програми спеціалізуються на представленні тематики, яка стосується ірраціонального досвіду реципієнта. Конструювання містичного контенту здатне сформувати міфологізоване сприйняття дійсності, а телебачення вважають одним із найсприятливіших середовищ формування та розповсюдження міфів. У телепрограмах подібної тематики відбувається інтерпретація та експлуатація різного роду міфів та ритуалів. Можливість візуального представлення інформації, притаманна телевізійним медіа, впливає на виражальну специфіку містичних телешоу.

Специфіка тематичного наповнення містичних медійних проектів актуалізує його осмислення у науковому дискурсі. Поняття міфу та міфологізації в середовищі засобів масової інформації вивчали О. Гойман [2], Р. Демчук [3], А. Чернишова [8], Типологічні параметри телевізійної міфологізації досліджували А. Качук [4], М. Луков [5]. Аналіз явища ритуалу як компонента соціальної дійсності здійснив В. Нечипуренко [6]. Соціологічно-психологічні фактори впливу явища міфологізації на свідомість реципієнта є аспектом розгляду наукової праці Ю. Семенової [7].

Мета статті – окреслити специфіку прояву міфологізації містичного контенту у програмі «Битва екстрасенсів» на телеканалі «СТБ», зокрема з'ясувати роль і причини явища міфологізації, пояснити специфіку використання міфів та ритуалів як характерних рис містичних телевізійних проектів, проаналізувати особливості їх представлення у програмі «Битва екстрасенсів».

Джерельну базу дослідження становлять випуски 18 сезону програми «Битва екстрасенсів» на телеканалі «СТБ» [1].

Міф є архаїчною складовою комунікативної системи. Суспільне значення міфу полягало у трансляванні припущень, історій, легенд, вірувань, що поколіннями сприймалися як істинні. Міф виступав засобом передачі інформації між різноманітними групами осіб. За допомогою міфу людина намагалася пояснити, зафіксувати, переосмислити події, що відбуваються навколо. На сучасному етапі ці завдання виконують медіа, які забезпечують функціонування міфів соціальної реальності. Вагому роль у цьому відіграє телебачення. На думку Р. Демчука, телевізійні ЗМІ надають аудиторії можливості, подібні до можливостей героїв казок. «Сам термін «телебачення» означає бачити на відстані, у чарівних казках так могли бачити іншу реальність казкові персонажі за допомогою чарівного блюдечка. Таку «казкову» можливість має кожна людина, що дивиться на телеекран» [3, с. 17]. Також телебачення виступає альтернативою древніх форм ритуальних дійств, створюючи продукти масової культури. «Через телебачення здійснюється «цивілізований» шаманізм – аналог ритуальних заклинань у сучасній формі репрезентації, коли дія спрямовується не до культурних архетипів, а до інстинктів. Людина дозвілля, що задовольняється примітивним продуктом поп-культури на кшталт «мільних опер» або розважальних шоу, перебуває поза часом, ніби у тенетах архаїчного міфу. Такий вид ЗМІ, як телебачення, вважають не лише посередником між міфотворцями та аудиторією, а й особливим середовищем, котрому притаманний унікальний набір характеристик, які перетворюють його на канал транслявання міфів та фабрику їх виробництва» [3, с. 17].

Міфологізація контенту не є неусвідомленим стихійним явищем, а цілком піддається логічному обґрунтуванню. На етапі переходу від постіндустріального до індустріального суспільства людство стикається з кризою ідентичності. Проблема стосується не лише усвідомлення самих себе, а й системи цінностей і критеріїв.

«Науково-технічна революція змінила образ культури людського суспільства. Відчужений світ технічних об'єктів та дій сприймається багатьма як загроза їх буттю. Тут відобразився страх втрати гуманістичних ідеалів і моральних нормативів у сучасному суспільстві, страх перед придушенням людської індивідуальності майбутньою машинною цивілізацією, побоювання, що людина наприкінці перетвориться лише на додаток машини» [7, с. 96].

Сучасне суспільство, як і в минулому, потребує механізмів, що здатні його об'єднувати. О. Гойман наголошує, що активне впровадження міфологізації та актуалізація конкретних міфів відбувається в періоди криз та суспільних конфліктів [2, с. 6] Подібною думки дотримується А. Чернишова: таким чином людина намагається зробити життя більш прийнятним, створити привабливе і світле майбутнє. А в періоди суспільних загострень, нестабільних ситуацій, потрясінь сучасній людині, як і людині первісної епохи, необхідно вірити у щось. Одні вірять в Бога, інші – в чудодійну силу амулетів або якихось предметів [8].

Можна припустити, що виклики інформаційної реальності підсвідомо впливають на рефлекси, що здатні викликати зацікавлення аспектами, які притаманні суспільній культурі минулих поколінь.

«Міф – не просто посередник між людиною і реальністю, а своєрідний механізм управління людиною, здатний проникати в його внутрішній світ, сферу свідомості та підсвідомості, програмуючи його. В кінцевому

підсумку міф за допомогою медіа створює особливу міфологічну реальність, яка починає сприйматися людиною як істина, як об'єктивна реальність» [8].

Міф стародавнього світу найчастіше було представлено в художньо-поетичній формі. Сучасна міфологізація контенту отримала нові, більш розширені можливості вираження та ширшу тематику. Адже міфологізувати можна будь-який аспект соціального життя. Проте для передач містичної тематики використання міфів є невід'ємною складовою, оскільки вони повинні відтворювати дійсність так, аби її аспекти було неможливо раціонально пояснити.

Тенденція до поширення містичного контенту у зарубіжному медіапросторі реалізується через створення фільмів, телесеріалів у жанрі трилеру, хорору. Українському телепростору більш притаманно створення продуктів у жанрі ток-шоу, реаліті-шоу. Так, популярним телевізійним проектом містичної тематики є програма «Битва екстрасенсів» на каналі «СТБ» [1].

У телепросторі А. Кашук виділив два типи міфів:

- несвідомо-художній – спосіб пристосування свідомості людини до дійсності;
- пропагандистські міфи – створюються з метою маскування реальної дійсності для забезпечення стабільності тієї чи іншої соціально-культурної структури. Пропагандистські міфи містифікують дійсність, створюють хибне усвідомлення реальності [4].

Телевізійні продукти містичної тематики оперують міфами першого типу. Міфологізація в телевізійному просторі будується на дитячому світосприйманні, де основною складовою є наївна віра. Дослідник М. Луков звернув увагу на своєрідний «культурно генетичний закон», згідно з яким індивід на ранній стадії розвитку проходить фольклорний етап. Цей етап дитячого фольклору зберігає могутній несвідомий вплив на все подальше культурне життя людини і є джерелом конструювання телевізійних міфів [5].

На думку науковця, дитячому фольклору принципово не властиве трагічне світовідчуття. Якщо відсторонитися від конкретики міфів і сформулювати «мегаміфи» (від грец. *megas* – великий), що характеризують дитячий фольклор, то на першому місці опиняться мегаміф про щасливе закінчення будь-якої історії. Серед телевізійних мегаміфів М. Луков виділив *щасливий випадок*, що повністю змінює життя людини, образ ідеального героя-кумира, який самостійно вирішує всі важкі проблеми (силою або розумом), образ жадливого лиходія (*персоніфікація зла*), *ситуація нагороди* за зроблене добро, *ситуація покарання* за зло, *загадка*, яку потрібно розгадати, *цікавість до страшного*, *тяга до забороненого* [5].

Простежимо конструювання вказаних видів мегаміфів у 18 сезоні ток-шоу «Битва екстрасенсів» на телеканалі «СТБ» [1].

Не притаманним програмі є мегаміф щасливого випадку. Упродовж сезону висвітлюють історії із проблемним аспектом. Нещастя, що трапляються, пов'язують із втручанням надприродних сил; деталізація подробиць шокуєча та здатна налякати. Домінантними є мегаміфи загадки, яку потрібно розгадати, цікавості до страшного і тяги до забороненого. У кожному випуску основним завданням випробувань є знайти щось чи когось, зрозуміти сенс проблеми і пояснити шляхи її вирішення. Ситуації, висвітлені у програмі, так чи інакше торкаються тематики смерті, навіть якщо завдання безпосередньо цього не стосується. У 1 випуску одне з відбіркових завдань – знайти, в якій скрині сховано живий об'єкт. Усього 4 скрині та 4 продавці біля кожної. У процесі пошуку екстрасенс починає говорити про смерть і перелічувати померлих родичів однієї з продавчинь. У 2 випробуванні 2 випуску екстрасенси говорять про наявність енергетики смерті навколо жінки, що звернулася у програму. У 3 випуску героїня занепокоєна, що її син може померти через сімейне прокляття [1]. Так звані злі духи, демони, сутності й інші надприродні сили репрезентують мотив зла, оскільки саме вони є причиною негараздів у житті людей, що звертаються за допомогою.

Мотив персоніфікації зла виявляється, коли чинником проблемної ситуації є людська дія. У першому випробуванні 5 випуску було поставлено завдання знайти з-поміж кількох запрошених у студію людину, котра «своєю турботою руйнує життя своїх близьких». Цією особою виявилась жінка, яка не може порозумітися з онукою. Між ними виникають бійки, сварки; бабуся розповсюджує непристойні чутки про онуку. Через це дівчина відчуває себе незахищеною [1]. Навіть такі дії жінки екстрасенси пояснюють тим, що вона перебуває під магічним впливом.

Екстрасенси виступають героями-кумирами. Вони проходять завдання-випробування щодо їх можливостей, витривалості, врівноваженості, знаходять вирішення проблемних ситуацій.

У міфологізованому містичному середовищі взаємодіють своєрідні персонажі. Некромант, чорний таролог, шаман, жрець графічної магії – неповний перелік учасників 18 сезону «Битви екстрасенсів». (Зазначимо, що в перших сезонах програми класифікація була набагато простішою, а різноманіття найменувань з'являється у пізніших сезонах). Чи не кожен з них приходить на завдання із власними атрибутами (які використовуються для «зчитування» інформації), має специфічний зовнішній вигляд, який доповнює його образ та ефектний псевдонім. Шаманка Сейраш носить із собою шкуру тварин в одній руці та барабан – в іншій; її обличчя розмальовано символічними знаками. Незмінний атрибут тарологів – Фекли та

Світлани Павлюк – колода карт таро. Некроманта Ілону Немет вирізняють помади темних відтінків (синього, чорного, фіолетового) з металічним ефектом. Катерина Ляхова використовує кристали. А Каїн Крамер та Євген Медовщиков приносять з собою скриньку з «магічними» предметами [1].

Міфологізація ґрунтується на основі почуття віри. Це обумовлює протиріччя із явищем, характерною основою якого є віра – поняття релігії. Можна говорити про тенденцію до багатовір'я, що є характерною для архаїчних моделей суспільства. У «Битві екстрасенсів» допускаються різноманітні аспекти віри, часто несумісні між собою. Однаково істинними можуть сприйматися як християнські позиції, так і шаманські обряди, магічні практики чи сатанинські експерименти.

У міфологізованій інтерпретації містичного контенту вагому роль відіграє ритуал. «Як інтрапсихічний феномен ритуал є однією з модифікацій досвіду сакрального – безпосереднього переживання присутності іншої реальності, яка протистоїть профанному світу екзистенціальної рутини. Ритуал як дійство є розігруванням на рівні жестів, образів, що дозволяє учасникам втратити відчуття профанної реальності» [6].

Архаїчна практика виконання ритуалізованих дій передбачає їх використання як засобу прийняття певного вірування. У 18 сезоні «Битви екстрасенсів» висвітлено різноманітні ритуалізовані дійства (індивідуального та групового характеру), які виконують учасники. У 7 випуску у справі розслідування смерті молодій дівчині майже кожен екстрасенс здійснює «магічні» дії у вигляді ритуалу, кожна з якої доповнювала попередню. Анар, щоб зняти «кокон», що блокує доступ до інформації, читала замовляння над вогнищем із гілок, принесених виключно чоловіками; до ритуалу залученими були жителі села, які тримали руки над вогнищем. Екстрасенс Сейраш відзначила успішність ритуалу Анар і провела наступний – вигнання нечистих сил із села. Світлана Павлюк, щоб заспокоїти душу дівчини, провела ритуал, для якого використала голови ляльок і чоловіче волосся [1]. У «Битві екстрасенсів» ритуал стає предметом експерименту і наближається до форми гри, щасливої кінцівки.

Таким чином, міф продовжує відігравати значну роль у комунікативній системі суспільства. Завдяки телевізійним медіа він набуває нових форм вираження та розширює тематичне коло. Явище міфологізації притаманне містичним телевізійним шоу і базується на архаїчній вірі у надприродні сили, оперуванні базовими інстинктами життя і смерті. Важливим аспектом є уособлення образу екстрасенсів як новітніх переосмислень стародавніх чаклунів, магів, шаманів, що формуються завдяки використанню спеціалізованої атрибутики та виконанню ритуалізованих дійств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архів випусків 18-го сезону «Битви екстрасенсів». URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL53srF-3kBW4PrXiBSElrF5Dxu9ozv-J9>
 2. Гойман О. А. Міфологізація масової свідомості: соціально-філософський аспект: автореф. дис. ... канд. філософ. наук. Київ, 2018. 23 с.
 3. Демчук Р. В. Метаморфози міфологічного. *Magisterium*. Культурологія. 2017. Вип. 68. С. 14–21.
 4. Кащук А. А. Телевизионные мифы – один из способов манипуляции сознанием аудитории. URL: <http://jarki.ru/wpress/2009/07/05/765/>
 5. Луков М. В. Телевидение: конструирование культуры повседневности: автореф. дис. ... канд. философ. наук. URL: http://mosgu.ru/nauchnaya/publications/abstract/Lukov_MV/
 6. Нечипуренко В. Н. Ритуал: генезис социального бытия и формирование субъективности: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Ростов-на-Дону, 2002. 20 с.
 7. Семенова Ю. А. Криза ідентичності в умовах трансформації системи цінностей. *Гуманітарний часопис*. 2004. № 1. С. 96–103.
- Чернышева А. В. Средства массовой информации как основа мифотворчества. URL: <http://hmbul.ru/articles/157/157.pdf>

Веселовська С.

Науковий керівник - доц. Дідук-Ступ'як Г. І.

СПЕЦИФІКА НАВЧАННЯ ДІЛОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У 10-11 КЛАСАХ

Ознайомлення з діловим стилем мовлення, вміння писати ділові папери потрібні кожній людині в її громадській діяльності. Тому українські лінгводидакти З. Бакум, Н. Голуб, О. Горошкіна, С. Караман, Г. Дідук, М. Пентиліук, Е. Палихата, І. Хом'як у своїх наукових доробках зауважили, що на відміну від інших стилів, у практиці офіційно-ділової мови діє особливий принцип традиції щодо стилістично унормованого вживання сталих конструкцій, формулювань, навіть своєрідних штампів (форм), вироблених для кожного виду ділових активів та різної документації.

Метою пропонованої статті є з'ясування теоретичного та практичного навчання ділової української мови у 10-11 класах.