

УДК 130.2:791.43.097-2

DOI: 10.26565/2226-0994-2020-62-16

Сергій Гулевський

МІФОЛОГІЧНІСТЬ ТЕЛЕСЕРІАЛІВ ЯК ВТІЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ МЕДІА

Статтю присвячено проблемі неоднозначності оцінки міфологічних характеристик телесеріалу. Мета цієї статті – встановити притаманні телесеріалу функції, які розкривають його міфологічний потенціал. Було застосовано прийнятий у постструктуралізмі методологічний підхід до різноманітних культурних форм як текстів, що підлягають інтерпретації, тож телесеріали розглядалися як означники, що репрезентують міфологічне значення. Телеаудиторія зазвичай сприймає сучасний телесеріал, як і традиційний міф, переживаючи його, тобто як цілісну семантичну систему, у якій значення нерозривно пов'язане з формою, тому емоційно переживається як реальність. Встановлено, що регулярна повторюваність телесеріалу в сітці мовлення телеканалу демонструє його парадигмальний рівень означування та наділяє нормативною функцією. Новизна дослідження полягає в конкретизації функціональної сили міфологічності телесеріалів, яка полягає не тільки у створенні атмосфери естетичного обміну значеннями між учасниками комунікативного процесу, але й у нормуванні та ритуалізації життєвого простору (символічно-нормативна функція), створенні середовища для фантазійного переживання несвідомих бажань (соціально-компенсаторна функція) та соціалізації індивідів (інтеграційна функція). У підсумку зазначено, що міфологічність телесеріалу може підсилюватися двома способами: завдяки його нормативно-ритуальній функції, що досягається постійною повторюваністю (згідно з розкладом телепрограми) та впливає на інтегративну функцію, і завдяки фантазійному змісту телесеріалу. Це значною мірою розкриває соціально-компенсаторну функцію телесеріалу, яка найбільше реалізується саме у фантазійних серіалах, а з огляду на те, що глядач переживає власні бажання, можна говорити про переживання індивідуалізованого міфу.

Ключові слова: телесеріал, медіакомунікація, міф, функції телесеріалу, глядацька аудиторія, телебачення.

Проблема неоднозначності оцінки міфологічного як характеристики сучасних медіа пов'язана, як видається, не стільки з самими міфами, скільки з тією концепцією суспільства, яку беруть за основу своєї стратегії ті чи інші дослідники. Якщо функціональні характеристики, пов'язані з міфотворчістю, аналізують у площині протиставлення «раціональне – ірраціональне» (неважливо, чи вважають міф ірраціональним чи маніпулятивним втіленням певної раціональності), міф здебільшого потрапляє під удар. Натомість спроба відійти від дихотомічного протиставлення природи і культури, маси і еліти, реальності і міфу відкриває нові можливості не лише для реабілітації міфологічного, але й для глибшого пізнання самої культури. Спробуємо це проаналізувати на прикладі дослідження телесеріалу як найбільш всеохопної форми медіакомунікації сучасної культури.

Актуальність цієї розвідки обумовлена тим, що телевізійний серіал, виникнувши у середовищі радіостанцій і повноцінно розгорнувшись на телебаченні, вочевидь, являє собою дещо специфічно потрібне, а можливо просто формально відповідне своєю незавершеністю до поточного моменту культури, який найчастіше характеризують як стан постмодерну. Серіал успішно перейшов з ефірного телебачення на новітні цифрові медіа і залишається затребуваним як серед медіа-мовників, так і серед реципієнтів медіа-повідомлення, тримаючи високу зацікавленість глядацьких аудиторій і впливаючи на соціальні практики. Тож телесеріал постає як специфічно важливе медіа, а розкриття його

© Гулевський С. В., 2020.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0.

функціонального виміру дозволяє осмислити знаково-символічний аспект його комунікації.

Новизна нашого дослідження полягає в конкретизації функціональної сили міфологічності телесеріалів, яка виявляється не тільки у створенні атмосфери естетичного обміну значеннями між учасниками комунікативного процесу, а саме: сценаристами, продюсерами, власниками медіа холдингів і глядацькими аудиторіями, але й у нормуванні та ритуалізації життєвого простору (символічно-нормативна функція), створенні середовища для фантазійного переживання несвідомих змістів і бажань завдяки вкладанню нереалізованих почуттів глядача в образи персонажів телесеріалу (соціально-компенсаторна функція), а також у повноцінній реалізації цих почуттів і соціалізації індивідів (інтеграційна функція).

Мета цієї статті – встановити притаманні телесеріалу функції, які розкривають його міфологічний потенціал. Для цього було поставлено і вирішено *завдання* дешифровки міфологічності серіалу та виявлення його функціональної співвіднесеності з соціокультурним середовищем.

Для виконання цих завдань було застосовано прийнятий у постструктуралізмі *методологічний підхід* до різноманітних культурних форм як текстів, що підлягають інтерпретації, тож серіали розглядаються як означники, що репрезентують міфологічне значення.

Ступінь розробки проблеми є водночас високим в окремих її складових і недостатнім в частині її загальної концептуалізації. Міфологічність дискурсу телебачення здається очевидною, а телебачення як індустрія оперує достатньою кількістю міфів, щоб привернути увагу наукової і філософської спільноти як в Україні, так і за її межами. Критика, насамперед, соціально-політичної ангажованості телебачення та його маніпулятивного впливу на масову свідомість сформували потужну інтелектуальну течію, в авангарді якої перебуває ціла плеяда визнаних у світі філософів і теоретиків, для переліку яких навряд чи стане місця на цій сторінці. Останні розвідки українських дослідників щодо міфологізації масової свідомості за допомогою телебачення, які лише частково стосуються ролі телесеріалів у цьому процесі, належать саме до критичної традиції [Дзюба, 2009; Гойман, 2014]. Більш оптимістичний погляд репрезентують дослідження в межах культурологічних студій, де телебачення, як і вся популярна культура, постає як сукупність антропологічних практик, як виробництво та обмін значеннями. До таких належать дослідження ідентифікації за допомогою телесеріалів [Ландяк, 2011] і мистецтвознавче дослідження постаті героїв у телесеріалах [Мазепа, 2018]. Загалом можемо говорити про два підходи: про негативний (песимістично-деструктивний) і позитивний (оптимістично-конструктивний).

Своєрідна точка перетину двох вказаних позицій, у якій сходяться переважна більшість аналітиків – це формування телебаченням специфічної чуттєвої атмосфери, що неуклібно розвертає суспільство до естетичного сприйняття реальності. І якщо Ж. Бодрійяр з прикрістю зазначав, що досягнута «всезагальна естетизація», за умов якої естетичним стає все і будь-який продукт індустріального виробництва перетворюється на мистецький об'єкт, коли «навіть найбільш банальне й непристойне – і те виряджається в естетику, вбирається в культуру та прагне стати достойним музею» [Бодрійяр, 2009, с. 26], то М. Маффесолі, теж соціальний філософ, вбачав у естетичності нову силу єднання і солідарності людей нинішньої епохи. З його позиції, естетика – це та «позитивна латентна сила», той тип чуттєвості, завдяки якому вибудовується солідарність нового типу [Маффесолі, 2018, с. 119]. Зрештою, це сприяє зміцненню спільнот, бо найперше та найголовніше завдання людей, згідно з традицією, що бере свій початок у «польових» дослідженнях Еміля Дюркгайма та його сакралізації соціального, – це убезпечувати сталість та інтеграцію соціальних груп. Переживання емоційних станів, окрім чуттєвого, проксемального єднання, створює спільні образи та асоціації, які поділяють всі члени спільноти. Такий емоційно-чуттєвий зв'язок між людьми, опосередкований спільними

образами та асоціаціями, і являє собою міф або символічне вираження почуттів, що згідно з Е. Кассіером, виконує надважливе завдання культурної діяльності людини – об'єктивує почуття на відміну від об'єктивації смислу «емпіричної реальності» [Кассіер, 2011, с. 69].

Телесеріали постають як означники, що репрезентують міфологічне значення. Згідно з постструктуралістським підходом, який ми обрали за методологію дослідження [Барт, 1989b], кожен телесеріал/означник передусім дволикий, оскільки несе не тільки зміст, але й подає це у конкретній процесуальній формі означування. Ба більше, означник може бути ще й пустим. Отже, якщо сприймати серіал виключно як комунікативну форму, то його зміст сприймається некритично, а єдиним значенням медіа-повідомлення стає розважальне медіа. Але якщо враховувати вплив телесеріальної форми подачі міфологічного, то стає очевидним його оманливе, викривлене значення, хоча такий погляд вимагає критичного осмислення медіа-повідомлення, що несе серіал. Існує ще один варіант сприйняття, коли означник нерозривно пов'язується як зі своїм змістовним наповненням, так і з формою. Тоді особливості телевізійного медіа створюють фантазійне переживання, яке хоча і є ілюзією, проте емоційно переживається як реальність. Телеаудиторія зазвичай сприймає сучасний телесеріал, як і традиційний міф, переживаючи його, тобто як цілісну семантичну систему, у якій значення нерозривно пов'язане з формою. У такий спосіб відбувається інтерпретація медіа-повідомлення саме так, як було заплановано творцями телесеріалу, що зі свого боку дозволяє формувати культуру спільного розуміння та інтерпретувати поточну культурну ситуацію приблизно однаково.

Через міф відбувається об'єктивація соціального – це писав ще Е. Кассіер [Кассіер, 2011, с. 70]. Тож не дивно, що завдяки телесеріалам, що несуть новітню міфологію, можна спостерігати обернений процес – соціалізацію індивідів. Дуже часто телевізійні серіали моделюють типові ситуації повсякденного життя, а їхні персонажі надають зразки поведінки, які люди приміряють на себе та своє соціальне оточення. Найбільш ілюстративним прикладом об'єктивації соціальної невдоволеності, очікування героя-спасителя, що прийде і наведе лад у суспільстві, є телесеріал «Слуга народу», який значно вплинув на конфігурацію суспільного простору України. Більшість глядацької аудиторії сприйняла серіал некритично, тому переживала його як цілісну семантичну систему, тобто емоційно сприймала серіал як реальність; до речі, як і переважну більшість програм ефірного телебачення (звісно, йдеться не про всю потенціальну глядацьку аудиторію, а тільки ту її частину, що споживає ефірний медіа-контент).

Оскільки міф серіалу – це штучно сформоване телевиробником послання, то його комунікативна взаємодія з глядачем підпорядковується циклу обміну значеннями, де бажано, щоб культурно-ментальні позиції виробника співпадали з позиціями реципієнта послання. Як було встановлено С. Голлом, можливо зіткнутися з інформаційним спотворенням, бо справжній зміст повідомлення повинен з'явитися тільки після розшифровки (декодування), що відбувається паралельним ходом (паралельним до матеріального приймання) на рівні емоціональному та свідомому під час приймання повідомлення аудиторією [Hall, 1973, pp. 3–5]. Коли відсутні рівнозначності між цими сторонами комунікативного медійного обміну, то виникають непорозуміння. Цікавою є ситуація з серіалом «Секс і місто». Перший сезон з'явився 1998 року і бив усі рейтинги за переглядами, хоча ситуація героїнь – успішних у професійному житті, самодостатніх, емансипованих і незаміжніх леді, які живуть у культурному та діловому центрі світового рівня Мангеттені – для американських і європейських мешканців мегаполісів виглядала абсолютно реальною, а для російського та українського глядача поставала як фантазійна. Російська дослідниця Тетяна Квашина висувала, що російська та українська глядацькі аудиторії не сприймали позитивно і адекватно до поточної життєвої ситуації такі емансиповані жіночі образи. Розуміння головної ідеї про жіночу дружбу, рівноправність, важливість професійного визнання, тобто головне послання серіалу, здається, перекрилося «переляком» від відвертої сексуальності та вільних звичок головних персонажів серіалу і

основний зміст медіа-повідомлення був викривлений в процесі інтерпретації глядачами з іншого культурного середовища. Глядацька інтерпретація знаходилася у площині «сексуальної відвертості героїнь та проблеми пошуку ідеального чоловіка» [Квашина, 2011, с. 133]. А ось французька аудиторія сприймала серіал як репрезентацію реальних соціокультурних трендів і пересічних людей, і тому ідентифікувалася з персонажами. Проте навіть спотворення повідомлення серіалу в аудиторіях України і Росії не знецінило його впливу та не зменшило рівень його міфологічності. З одного боку, жінки протиставляли себе «розпусним непорядним іноземкам» і за рахунок такого розрізнення «з ними» все одно ідентифікувалися одна з одною, тобто «з нашими», такими «порядними жінками». А з іншого боку, наприкінці дев'яностих років для багатьох глядачів Мангеттен виглядав як щось фантастичне, що збільшувало символізм телесеріалу «Секс і місто». Нині молодше покоління глядачів сприймають цей серіал по-іншому, так, як і задумували його творці. Отже, інтерпретація екранних персонажів інколи відбувається непрямыми шляхами від означника до означуваного, що й підкреслює міфологічність телесеріалу.

Телесеріал як носій міфологічного значення може бути не тільки ігровим, але й анімаційним фільмом. Певною мірою це збільшує можливості для його міфологізації. Тож анімаційний серіал «Сімпсони» як об'єкт дослідницької рефлексії – це культурна ікона, феномен, мультфільм-шедевр, дивовижний продукт сучасної популярної культури, а серед спільноти професіоналів телебачення – ідеальна модель живучості та комерційного успіху. «Сімпсони» мають безліч підтекстів, спрямованих на різноманітні сфери культури – це і критика патріархальної сім'ї, але водночас її підтримка, рівноправний статус жінки у суспільстві, але й водночас тягар «чоловічності» над представниками чоловічої статі, екологічна проблематика і, зрештою, це просто якісні смішні епізоди! Зараз ми розглянемо тільки один аспект цього серіалу, що маніфестує високий рівень міфологічності «Сімпсонів» – це час.

Незважаючи на те, що в центрі серіалу сім'я, а як прийнято у телеіндустрії, всі сімейні серіали мають, так би мовити, наскрізний сюжет і кожен епізод має відкритий фінал для захоплення уваги глядача, щоб він хотів дивитися продовження, «Сімпсони» мають *закритий фінал* у кожній серії. Жанр ситуаційної комедії дозволяє це зробити. Усі члени родини Сімпсонів залишаються такими, якими були на момент задуму, діти не дорослішають, батьки не старіють, а дід, що періодично навідує з будинку для літніх людей своїх сина, невістку та внуків, не помирає. І хоча ми бачимо дорослих Барта і Лісу, навіть Меггі (але так і не почули її голосу) у флешфорвардах, а також бачили за допомогою флешбеків Гомера і Мардж у їхньому дитинстві, але в межах головної сюжетної лінії або основного наративу їхній вік і статуси зберігаються незмінними. Хоча, як не дивно, другорядні персонажі серіалу змінюються, що спричиняє, так би мовити, часові парадокси. Наприклад, коли у сусіда Неда Фландерса помирає дружина, він повторно одружується, потім розлучається, товариш Апу одружується, у нього і його дружини з Індії народжується восьмеро дітлахів, сестра Мардж всиновлює китайську дівчинку, яку ми згодом бачимо дорослішою дитиною, що вже грає на скрипочці і под. Проте діти Сімпсонів залишаються у своєму віці. Тож другорядні наративи нерідко мають наскрізний характер. Видається, що час у серіалі навколо Сімпсонів навіть не циклічний, а має характер конусоподібного вихору, де у вершині конусу розташовані головні персонажі і для них час практично стоїть на місці, але чим далі від центру до його країв (там, де розташовані другорядні персонажі та наративи нижчого порядку), то час все помітніше рухається: може й повільно, але все ж він лінійно змінюється.

Головні герої «Сімпсонів» репрезентують олімпійських богів (Святе сімейство поточного стану культури). Вони знаходяться поза часом, принаймні – порівняно з іншими персонажами. Це додає головним героям серіалу недеklarований відкрито ореол надприродної сили: вони вищі за звичайні людські слабкості, а їхні власні слабкості мають

характер сил, які творять саму реальність – або ж, точніше, репрезентують її споконвічну і невикорінну недосконалість.

Зазначимо, що сам по собі будь-який телевізійний серіал стає подією не в останню чергу завдяки регулярній повторюваності. Відомо, що найпростіша функція ритуальної діяльності – це нормування суспільного часу. Завдяки всеосяжному, приватному, повторюваному характеру телевізійного висвітлення різноманітних подій телебачення перейняло деякі виміри традиційного ритуалу і стало джерелом значної частини символічної образності та спільних цінностей нашої культури. До цієї думки пристали б дослідники ритуальних практик, які зазначали, що телебачення може мати двояку властивість: бути ритуалістичним, а також ставати реальним ритуальним середовищем для культури [Bell, 2009, p. 245].

З філософського погляду, подія, що регулярно повторюється в один і той самий визначений час, набуває ознаки важливої культурної діяльності завдяки, з одного боку, своїй опозиційності природному плину часу та несвідомій ілюзії, що заперечує лінійність перебігу часу і, вочевидь, лінійний перебіг життя, але, з іншого боку, не є голим запереченням, а надає позитивну компенсацію такій мінливості, створює незмінний сенс життя, тобто дарує символічне безсмертя. Помітно, що одноманітні нецікаві телесеріали про нещасливе кохання та сучасних Попелюшок найчастіше транслюються на ефірних телеканалах із жорстко упорядкованим розкладом телепрограм. Додаткової сугестивності їм надають повторювані трансляції згідно з розкладом телепрограм. Така регулярна повторюваність телесеріалу в сітці мовлення телеканалу демонструє *парадигмальний рівень означування* [Барт, 1989а, с. 246–247] і підтверджує, що сам по собі серіал ніяк не може виконувати ритуальну функцію, поки не буде розміщений у часовій сітці мовлення, тобто телепрограмі.

Прикметно, що кабельні телемовники та потокові сервіси практично не виготовляють і не транслюються серіали про умовну «нещасну Марію». Водночас потокові сервіси не переслідують і особливо не дотримуються часової повторюваності виходу епізодів своїх телесеріалів, але за своїм змістом виконують свою символічно-ритуальну функцію через змістове наповнення, тобто на внутрішньому рівні означування.

Отже, з погляду філософії культури, телебачення задовольняє людські потреби в підтримці символічної партиципації. Телесеріали, навіть не надто обтяжені змістом, що вмонтовані у сітку трансляції телемовника, виходять у чітко визначений час і саме цей факт наділяє навіть простенькі наративи символічним значенням, тобто на зовнішньому рівні означування телепрограма перетворює їх на нормативний і символічний елемент життя людини.

Збільшення частки серіалів зі складною міфологією стає сприятливим середовищем для переносу несвідомих змістів і неусвідомлених бажань глядача по всьому глобалізованому нині світу, насамперед, через універсальність символічно-міфологічних образів і мотивів, яку Карл Густав Юнг назвав архетипами. Завдяки цій універсальності, або паралелізму міфологічних мотивів, за словами К. Юнга, «із несвідомого виходять детермінантні впливи, які, незалежно від традиції, забезпечують кожному окремому індивідуі подібність, ба навіть однаковість досвіду, а також уявного оформлення» [Юнг, 2018, с. 86]. Низку публікацій і свою дисертацію присвятила цій темі О. Ландяк. Вона визначила пріоритетні позитивні та негативні стратегії конструювання ідентичності в українському медіапросторі, відмітила також постаті Героя і Трікстера як ключові архетипи, що використовують у серіалах [Ландяк, 2011, с. 9].

Однією з визначальних рис телесеріалу, яка підсилює його здатність до проєкцій/ідентифікацій під час перегляду, є те, що Михайло Собуцький позначив як принципову різницю між акторськими складами великого екрану та екрану малого (small screen), що якраз і засвідчує здатність серіальних персонажів брати участь у процесах вторинної соціалізації. Ця особливість полягає в тому, що продюсери відбирають у серіали маловідомих широкому загалу акторів, принаймні ролі виконують

точно не лише мегазірки. У результаті, частіше в серіалах, ніж у великому кіно, глядач не завжди запам'ятовує імена виконавців ролей, проте добре пам'ятає персонажів. А персонаж, як зазначає М. Собуцький, не завжди постає відтворенням людини з реальної життєвої ситуації, а «є втіленням бажання наївного глядача» [Собуцький, 2018, с. 275]. Хоча слід зазначити, що серіали 2018–2020 років можуть похвалитися справжніми зірками у своєму складі, що свідчить про зміну місця й ролі телесеріалу не стільки в соціокультурному просторі, бо люди прихилилися до серіалів ще коли справжні селебріті вважали для себе нищим грати в «милі», а насамперед у системі комерційних фінансових потоків, які щедро полилися в телеіндустрію разом з успішними сценаристами, режисерами та акторами. Наприклад, серіал «Молодий Папа» (2016) на головну роль запросив Джуда Лоу, серіал «Роки і роки» (Years and Years, 2019) може похвалитися мегазіркою великого екрану Еммою Томпсон, а серіал «Хлопаки» (The Boys, 2019), повністю виготовлений для потокового мережного сервісу, у складі акторів має Карла Урбана. Проте певну трансформацію глядацьких смаків, а відповідно й телевізійного продукту, що надають новітні мережні потокові сервіси з можливостями запису та відтворення уподобаних епізодів у будь-який зручний для глядача час, супроводжує поява величезної кількості фантазійних серіалів, які розширюють глядацькі аудиторії саме завдяки символічності своїх образів. Більше символізму, більше простору для інтерпретацій, більше шанувальників, що ідентифікують свої життєві ситуації з сюжетними лініями персонажів і знаходять у них реалізацію своїх бажань.

Найбільш успішний серіал останнього десятиліття, один з тих, що остаточно змінили ставлення до феномену серіалу, – «Гра Престолів». Серіал, незважаючи на брутальні сцени насилля, створює незабутні жіночі образи для наслідування, що приваблює активну емансиповану жіночу аудиторію. Згадаймо матір драконів Дейнеріс, яка звільняє рабів і поневолених, виявляє незвичайний героїзм та силу. Тож у «Грі Престолів», нібито на тлі домінування чоловіків, постають дуже переконливі жіночі персонажі: Оленна Тірелл, жінки сімейства Старк, Бріенна, Яра, які репрезентують власну історію в межах загального наративу, мають багато активних сцен. Все це ілюструє здатність цього серіалу відтворювати в міфологічній формі жіночий героїзм, який не завжди аж надто видатний та помітний, як, наприклад, стійка внутрішня сила Санси Старк, яка на початку серіалу видається скромною та покірною, ідеальною картинкою, що репрезентує патріархальних соціальний порядок, а наприкінці спокійно відправляє на страту людей. Як репрезентації етичної варіативності зображені сильні жіночі постаті, що діють сумнівно з огляду на загальні моральні принципи, як талановито показано грою актрис серіалу – Леною Гіді в ролі Серсеї та Емілією Кларк у ролі Дейнеріс Таргарієн. Трансформація останньої в дусі міфічних обернень від обожнюваної визволительки поневолених рабів до безжальної божевільної вбивці тільки підкреслюють тезу щодо інтенсивної міфологізації телесеріалів.

Як Інтернет-комунікація, так і сучасний телесеріал надають можливості глядачеві, за висловом М. Собуцького, занурити «свої означники <...> у семантику бажань, які непросто репрезентувати поза світом фентезі» [Собуцький, 2018, с. 277]. У цьому контексті М. Собуцький закликає не сприймати екранні образи як відповідність реальним, що дасть змогу бути вільними від маніпуляцій продуктів культури, бо це – психічна реальність людини нашого століття, яка означається у фантазійних образах, тож слід уважніше ставитися до інтерпретації таких образів [Собуцький, 2018, с. 277].

Як *висновок* можна стверджувати, що телеаудиторія зазвичай сприймає сучасний телесеріал, як і традиційний міф, переживаючи його, тобто як цілісну семантичну систему, у якій значення нерозривно пов'язане з формою, тому емоційно переживається як реальність. Встановлено, що регулярна повторюваність телесеріалу в сітці мовлення телеканалу демонструє його парадигмальний рівень означування та наділяє нормативною функцією. Міфологічність телесеріалу може підсилюватися двома способами: як завдяки його нормативно-ритуальній функції, що досягається постійною повторюваністю згідно з

розкладом телепрограми та зі свого боку впливає на інтегративну функцію, так і завдяки фантазійному змісту телесеріалу. Це значною мірою розкриває соціально-компенсаторну функцію телесеріалу, яка найбільшою мірою реалізується саме у фантазійних серіалах, а з огляду на те, що глядач у цьому разі переживає власні бажання, можна говорити про переживання індивідуалізованого міфу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Барт Р. Воображение знака / пер. с франц. Г. К. Косикова. *Избранные работы: Семиотика: Поэтика*. М.: Прогресс, 1989. С. 246–252.
- Барт Р. Миф сегодня / пер. с франц. Г. К. Косикова. *Избранные работы: Семиотика: Поэтика*. М.: Прогресс, 1989. С. 72–131.
- Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / пер. с франц. Л. Любарской, Е. Марковской. М.: Добросвет, 2009. 387 с.
- Гойман О. Значення телебачення у процесі міфологізації масової свідомості. *Українознавчий альманах*. 2014. Вип. 17. С. 41–43.
- Дзюба Д. Міфотворчість постмодерністського телепростору України. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії: зб. наук. пр.* К.: ІМФЕ імені М. Т. Рильського НАН України, 2009. Вип. 9. С. 259–263.
- Квашина Т. Телевидение и общество. Этнокультурные факторы телевизионного дискурса. СПб: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2011. 248 с.
- Кассирер Э. Функции мифа в социальной жизни человека / пер. с нем. Е. В. Боголюбовой, М. О. Альмаганбетова. *Вестник Московского университета. Серия 7. Философия*. 2011. № 2. М.: Изд-во МГУ. С. 62–73.
- Ландяк О. М. Стратегії конструювання ідентичності у телесеріалах в українському медіапросторі: автореф. дис. ... канд. філос. наук. Харків: Харківський нац. ун-т імені В. Н. Каразіна, 2011. 21 с.
- Мазепа А. О. Проблема героя в сучасному вітчизняному телесеріалі. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2018. № 41. С. 268–275.
- Маффесолі М. Час племен. Занепад індивідуалізму у постмодерному суспільстві / пер. з франц. В. Плюц. К.: ВД КМА, 2018. 262 с.
- Собуцький М. А. Знаки у культурі. *Культурологія. Могилянська школа: колективна монографія* / під ред. М. О. Собуцького, Д. О. Короля, Ю. В. Джулая. К.: Видавець Олег Філюк, 2018. С. 261–290.
- Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме / пер. з нім. К. Котюк; наук. ред. О. Фешовець. Львів: Астролябія, 2018. 607 с.
- Bell C. *Ritual: Perspectives and Dimensions*. New York: Oxford UP, 2009. 351 p.
- Hall S. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Manuscript. Birmingham: Centre for Cultural Studies University of Birmingham, 1973. 21 p.

Гулевський Сергій Володимирович

аспірант, філософський факультет
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 6, Харків, 61022
E-mail: sgulevskyy@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9819-7432>

Стаття надійшла до редакції: 22.05.2020

Схвалено до друку: 18.06.2020

MYTHOLOGICAL MEANING OF TV SERIES AS AN IMPLEMENTATION OF THE FUNCTIONALITY OF MODERN MEDIA

Gulevskyy Sergiy V.

PhD Student, Faculty of Philosophy

V. N. Karazin Kharkiv National University

6, Svobody sq., 61022, Kharkiv, Ukraine

E-mail: sgulevskyy@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9819-7432>

ABSTRACT

The article is devoted to the problem of ambiguity in the assessment of the mythological characteristics of the TV series. The purpose of the article is to establish functions inherent in the TV series, which reveal its mythological potential. Methodological approach of post-structuralism was applied to various cultural forms as texts to be interpreted, therefore, TV series were considered as signifiers representing mythological significance. The audience usually perceives TV series as the traditional myth, emotionally experiencing it as a holistic semantic system in which meaning is inextricably linked to the form, therefore it is perceived as a reality. It is established that the regular repetition of the series in the broadcast TV networks demonstrates its paradigmatic level of signification and gives it a normative function. The novelty of the study is to identify the functional strength of the mythology of TV series, which consists not only in creating an atmosphere of aesthetic exchange of values in the communicative process but also in the norming of living space (symbolic-normative function), creating a virtual space for fantasy experience of unconscious meanings and desires (social-compensatory function) and socialization of individuals (integration function). We can conclude that the mythology of the series can be enhanced in two ways – due to the normative-ritual function of series, which is achieved by regular repetition, and, in turn, affects the integrative function and due to the fantasy content of the TV series. This feature largely reveals the socio-compensatory function of the TV series, which is most realized in fantasy series, and given that the spectator is experiencing their own desires, we can talk about the experience of individualized myth.

Key words: TV series, media communication, myth, functions of TV series, audience, television.

REFERENCES

- Barthes, R. (1989). The Imagination of the Sign. (G. K. Kosikov, Trans.). In R. Barthes, *Selected Works: Semiotics: Poetics* (pp. 246–252). Moscow: Progress. (In Russian).
- Barthes, R. (1989a). The Myth Today. (G. K. Kosikov, Trans.). In R. Barthes, *Selected Works: Semiotics: Poetics* (pp. 72–131). Moscow: Progress. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2009). *Transparency of the Evil*. (L. Lyubarskaya & E. Markovskaya, Trans.). Moscow: Dobrosvet. (In Russian).
- Goiman, O. (2014). The Significance of Television at the Process of Mithologization of Masovian Communities. *Ukrainian Studies Almanac*, 17, 41–43.
- Dziuba, D. (2009). Post-modern Television Space of Ukraine. *Ukrainian Art Studies: Materials, Studies, Reviews: Collected Scientific Works*, 9, 259–263. Kyiv: Rilsky Institute of Arts Studies, Folklore and Ethnology, National Academy of Sciences of Ukraine. (In Ukrainian).
- Kvashina, T. (2011). *Television and Society. Ethnocultural Factors of Television Discourse*. Saint Petersburg: Saint Petersburg University Publishing House. (In Russian).
- Cassirer, E. (2011). Functions of Myth in Human Social Life. (E. V. Bogolyubov & M. O. Almagambetov, Trans.). *Bulletin of Moscow University, Series 7, Philosophy*, 2, 62–73. Moscow: MSU Publishing House. (In Russian).
- Landyak, O. M. (2011). *Strategies for the Construction of Identity in Television Series in the Ukrainian Media Industry: Abstract*. (PhD Thesis). Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University. (In Ukrainian).
- Mazepa, A. O. (2018). The Problem of the Hero in the Popular Television Series. *Actual Problems of History, Theory and Practice of Art Culture*, 41, 268–275. (In Ukrainian).

- Maffesoli, M. (2018). *Age of the Tribes. The Decline of Individualism in Postmodern Society*. (V. Piushch, Trans.). Kiev: KMA Publishing House. (In Ukrainian).
- Sobutsky, M. A. (2018). Signs in Culture. In M. O. Sobutsky, D. O. Korol & Yu. V. Julai (Eds.), *Culturology: Mohyla School: A Collective Monograph*. Kyiv: Publisher Oleg Filyuk (pp. 261–290). (In Ukrainian).
- Jung, C. G. (2018). *The Archetypes and the Collective Unconscious*. (K. Kotyuk, Trans.). Lviv: Astrolabia. (Original work published 1977). (In Ukrainian).
- Bell, C. (2009). *Ritual: Perspectives and Dimensions*. New York: Oxford UP.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse. Manuscript*. Birmingham: Centre for Cultural Studies University of Birmingham.

Article arrived: 22.05.2020

Accepted: 18.06.2020