

## АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.1: 316. 77 : 355.01

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.5/43>

**Скалацька О. В.,**

Національний університет «Одеська юридична академія»

### ГЕНЕЗИС МЕДІЙНИХ РИТУАЛІВ

*В статті досліджується евристичний потенціал медійного ритуалу в сучасному інформаційному просторі. Акцентується увага на відсутності єдиного визначення щодо поняття «медійний ритуал» у міждисциплінарному дискурсі. Простежено головні сенси та складові медійного ритуалу на прикладі концепції Аненбергської школи. Звертається увага на можливість використання антропологічної концепції К. Вульфа для розуміння ефекту впливу медійних ритуалів на аудиторію. Зазначається, що з розвитком нових медіа відбуваються значні трансформації у форматах подачі інформації аудиторії. Акцентується увага на тому, що прямий ефір стає не тільки безпосередньою трансляцією сигналу в поточному часі, а й маркетинговою технологією, яку використовують інфлюєнсери, лідери думок для зворотного зв'язку з аудиторією у соціальних мережах. Виокремлено головні особливості медійного ритуалу (гомогенність групи, розмивання просторових та часових меж, об'єднання навколо зацікавленості в певній події). Зазначається, що глобальні медійні ритуали формуються навколо певних медіа особистостей та надзвичайних подій, які вагомими для соціального простору. Встановлено, що інсценування колективних медійних ритуалів відбувається за допомогою технічних засобів. Ритуали можуть бути розподілені на індивідуальні (перегляд інформаційних продуктів, спостереження за певними особистостями, ведення власного акаунту в соціальних мережах), коли людина вводить продукти медіа як частину своїх соціальних практик; та колективні, коли індивіди формують нову аудиторію навколо певної події. Зазначається, що за допомогою інтерактиву індивідуальний ритуал може трансформуватись в колективний, коли буде встановлений зворотний зв'язок між індивідом та спільнотою. Встановлено, що розвиток нових медіа значно розширив можливості репрезентації медіа ритуалів та їх вплив на аудиторію.*

**Ключові слова:** медійний ритуал, прямий ефір, онлайн трансляція, комунікація, соціальні мережі.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток соціальних медіа сприяє поширенню нових медійних практик та трансформації культури медіаспоживання. У віртуальному просторі відбувається оновлення форматів контенту, алгоритму соціальних мереж зі змінами аудіовізуальних форм комунікації. Прямі трансляції, візуалізація контенту, зменшення обсягів текстових повідомлень, вірусний контент, сприяють оновленню медійних ритуалів, які відтворюють соціальні ритуали та практики індивідів.

Питання розгляду генезису медійних ритуалів є міждисциплінарним та досліджується у межах соціальних комунікацій, антропології, психології, соціології, філософії, культурології та інших наук, які від традиційного розуміння ритуалу переходять до аналізу його репрезентацій у медіа. Акту-

альність дослідження генезису медійних ритуалів обумовлена різноманіттям ритуалів, які поширюються у нових медіа як соціальна практика повсякдення та ефективна комунікація.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковий дискурс ґрунтується на низці робіт, у переважній більшості яких аналізується ритуальна комунікація, а не нові медійні ритуали, які є соціальними практиками індивідів. Теоретико-методологічною основою дослідження є комплекс філософських, загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечують аналіз медійних ритуалів у сучасному комунікативному просторі та практиках індивіда. Дослідження медійних ритуалів не отримало поширення в роботах українських вчених. Концепції західних дослідників є підґрунтям теоретичного розуміння різнови-

дів медіаритуалів, які виокремлюють теоретичні питання (структура, визначення) та практичні компоненти [4; 5; 6; 9].

**Метою статті** є аналіз особливостей генезису сучасних медійних ритуалів, їх використання як ефективної комунікації. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

- розглянути структуру медійних ритуалів у теоретичних концепціях;
- з'ясувати різноманіття медійних ритуалів, виокремити їх комунікативні характеристики.

**Виклад основного матеріалу.** Наукове обґрунтування сутності ритуалу відбувається у межах антропології, соціології, релігієзнавства і філософії. У цьому випадку ритуал визначали як колективну символічну дію, що регламентується певними правилами. Ритуали виконують інтегративну функцію, об'єднуючи групу, та налагоджуючи зв'язок з надзвичайними силами. Таким чином, вони забезпечують внутрішню та зовнішню комунікацію в групі. Надалі наукові розвідки для розуміння ритуалу у його соціальній проєкції пов'язані з темою медійних ритуалів, формою їх репрезентацією у різних каналах комунікації та повсякденних практиках індивідів.

Теоретичне підґрунтя медійних ритуалів розглядалось у межах Аненбергської школи, яка досліджувала коди повідомлень, їх вплив на поведінку певних груп. Представники цієї школи визначали телебачення новим каналом, який зберігає комунікацію в середині групи та є джерелом «повторюваної і ритуалізованої системи символів, яка культивує суспільну свідомість найбільшої та різномірної маси народу в історії [5]. На думку засновника Аненбергської школи Георга Гербнера телебачення схоже з релігією, оскільки воно розповідає історії широким аудиторіям та поглинає глядачів з різними світоглядами. Дж. Гербнер обґрунтовує думку, що ритуали є «засобами символічної соціалізації та контролю», вони є «частинами загальної системи повідомлень, яка сприяє розвитку панівних світоглядів (тому ми називаємо це культурою) та регулюють соціальні відносини» [6]. Застосування контент-аналізу дозволило представникам аненбергській школі простежити, що телевізійні системи схожі з міфологічними та релігійними наявністю символічного світу та ціннісних і світоглядних орієнтирів.

Однією з найактуальніших робіт дослідження медійних ритуалів є роботи Джеймса Кері, в яких він обґрунтовує ритуальну модель комунікації. Автор звертає увагу на те, що визначення ритуалу ґрунтується на поняттях «обмін», «спілкування»,

«загальна віра». Особливістю ритуального спілкування є підтримка спілкування спільноти, а не передача інформаційного повідомлення. Ця функція демонструється у релігійній комунікації, наприклад проповіді, коли певні догмати віровчення поширюються для того, щоб зміцнити релігійну спільноту, контролювати їх дії. Автор наголошує, що газета виконує низку функцій: передавати інформацію як медіа та по-різному впливати на аудиторію. Ритуальний аспект зосереджується на питанні: читання газети є отримання або поширення інформації. Також, важливим є те, що аудиторія, читаючи журналістські матеріали постійно занурюється у нові проблеми та теми, що є «драматичною дією» та спостерігає за подіями. Автор зазначає, що не виникає питань стосовно ефекту повідомлень, актуальним є їх вплив на «структурування життя» читача [4, р. 6–7].

Теоретичні суттєві ознаки медійних ритуалів зазначає німецький антрополог Крістіан Вульф. Він стверджує, що ритуал є формою комунікації, яка дозволяє індивідам «створювати спільноти і організовувати переходи всередині спільноти та між спільнотами» [9]. Ритуал у концепції К. Вульфа є «соціальною композицією, в якій засновується порядок і ієрархія в спільній соціальній дії та її інтерпретації» [9]. К. Вульф розглядає медійні ритуали на прикладі похорон відомого співака Майкла Джексона, та простежує як сучасні технології дозволяють перетворити будь-який ритуал у глобальну подію. Видовищність ритуалу формується у фізичному просторі, безпосередньо там, де відбувається подія, та відтворюється у матеріалах медіа, створює медіареальність, до якої долучається негомогенна мільйона аудиторія різних континентів та культурно-релігійною ідентифікацією. Участь в медійному ритуалі дозволяє людині пригадати та відтворювати емоції, які вона відчувала під час проведення цієї події в онлайн режимі. Особливістю висвітлення медійного ритуалу в медіа є вплив на аудиторію: люди відчують присутність на події, оскільки в них виникають відчуття та емоції, які дозволяють переживати та ділитись певними спогадами з оточуючими, також вони формують спільноту, яка згуртувалась навколо цієї події для подальшої комунікації.

Необхідно зазначати, що опис та категоріальний апарат, який використовує німецький антрополог, є описом нових елементів комунікації, що виникають у медійних ритуалах. Головними властивостями нових типів ритуалу є наступні:

- незалежно від територіального розміщення формується глобальна спільнота;
- відбувається інтеграція рефлексій аудиторії;
- часово-просторове обмеження існування нової спільноти;
- формування аудиторії навколо глобальних особистостей та подій;
- виникнення гетерогенних спільнот, які інтегруються та зберігаються надалі.

Теоретичні підвалини процесів формування медійних ритуалів, які описували традиційні медіа, трансформувались в у нових медіа. Одним з прикладів цих трансформацій є прямий ефір у соціальних медіа, він також є технологією маркетингових комунікацій для залучення аудиторії до перегляду контенту. Прямий ефір (live) транслюється в реальному часі та передає інформацію з місця подій, можливість редагування даних відсутня, аудиторія спостерігає за подіями в реальному часі та приєднується до них, [1, с. 112]. Прямоефірне відеомовлення також має назву відеострім (онлайн-відеотрансляція в режимі реального часу через інтернет), для проведення яких використовують гаджети не залучаючи професійну техніку. Відеостріми відрізняються від прямо ефірних телевізійних трансляцій невисокою якістю відео та інтегрованою роботою, яку виконує стример. Також різницю мають прямо ефірні трансляції на телебаченні та в інтернеті, останні є «набагато зручніші й інтерактивніші – тут є можливість обговорити подію в онлайн-чаті, поставити запитання у коментарях, «лайкнути»» [1, с. 114].

На думку української дослідниці О. Ятчук при розгляді телевізійних проєктів необхідно розрізняти прямоефірні (збігається час створення продукту виробником та споживання аудиторією) та інтерактивні (взаємодія з аудиторією може тривати й після прямого ефіру) [6]. Авторка зазначає наступні особливості проєктів жанру телеаналітики в режимі прямого часу: студійне спілкування з перевагами мовної комунікації (відсутність різноманітності в способів монтажу); учасниками програми є відомі постаті; «різноманітний рівень взаємодії з глядачем (можливість залучити глядача до розмови (інтерактивний майданчик або теле-, відеодзвінок), а також використання інтернет-комунікації, частіше через соціальні мережі) та інші [6, с. 22].

Нові звички споживання аудиторії є медійними ритуалами, оскільки дозволяє долучитись до медіаподії у формі її перегляду або коментування. Прикидько О. М. зазначає важливу осо-

бливість змін у споживанні сучасних телевізійних новин які демонструють зміну у контенті та вподобання аудиторії. Авторка провела опитування та проаналізувала основні характеристики інтернет-аудиторії інформаційних програм. Це дослідження дозволило визначити зміни, які відбулись у «звичок споживання інформаційних медіа пересічними українцями аудиторії інформаційних програм інтернет-телеканалів: джерелом отримання новин для аудиторії віком від 18 до 35 років є інтернет; «50% глядачів віком від 35 до 55 віддають перевагу традиційному перегляду телевізійних новин»; пристроями для повсякденного перегляду новин у мережі є мобільний телефон, ноутбук та планшет; значно скорочується час перегляду новин, оскільки користувачі надають перевагу «коротким інформаційним сюжетам у соціальних мережах чи на відеоплатформах, ніж повним випускам новин»; перевагою перегляд телевізійних програм у соціальних мережах є можливість залишати коментарі та щохвилинне оновлення новинної стрічки на вебсайтах телеканалів [3, с. 112].

Прикладами медійних ритуалів є прямі трансляції важливих або надзвичайних подій, на яких аудиторії складно бути присутніми у реальному житті. Необхідно зазначити, що прямі трансляції стали популярні серед глядачів спортивних програм та змагань, оскільки вони розширюють можливості охоплення аудиторії та виходять за межі медіа. Збільшення прямих трансляцій, організація спеціальних сервісів та потокова передача мобільного відео вплинули на споживання спортивних подій. Наприклад, медіа-портал Olympic Channel [8] дозволяє комунікувати між собою фахівцям та вболівальникам, прихильникам спортивної тематики. Інформаційний матеріал (новини, програми) доповнюються також прямими трансляціями, мобільним додатком та поширенням контенту у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Tik Tok и YouTube). Цей канал є безкоштовним, але певний контент та прямі трансляції доступні лише передплатникам.

Медійні ритуали формуються навколо явищ природи (виверження вулкана, повне сонячне затемнення та інші) та дослідження космосу. Спостереження за цими подіями у реальному часі може бути небезпечним для аудиторії, або відбуватись у певних важкодоступних територіях. Сучасні технології дозволяють транслювати наживо унікальне природне явище, яке реально можуть спостерігати лише жителі певних регіонів. Онлайн-трансляції у режимі реального часу доступні на

спеціальних сервісах та YouTube. Наприклад, серед аудиторії популярним є YouTube-канал NASA (Національне управління з аеронавтики і дослідження космічного простору) [7], в інтерфейсі якого є прямі трансляції.

Колективні медійні ритуали формують певну аудиторію, сегментування якої розподіляється за інтересами та уподобаннями. У науковому дискурсі одним з головних структурних елементів розуміння ритуалу є його закритість або відкритість для групи. У багатьох культурах до процесу інсценування або деяких сакральних дій було допущено обмежене коло людей. Навпаки, сучасні медійні ритуали долають усі кордони та стають глобальними за допомогою каналів їх репрезентації та технологій. Медійні ритуали в соціальних мережах виконує аудиторія, яка володіє технічними засобами, що дозволяють приєднатись до трансляції, встановити відповідний додаток, мають доступ до інтернету. Таким чином, технічна складова є умовою залуження до медійного ритуалу спостереження за подією. Необхідно враховувати, що існує сегмент аудиторії, який зацікавлений в події, але залишається поза межами ритуалу, оскільки в нього відсутні технічні або фінансові можливості долучитись до перегляду закритих трансляцій.

У сучасному медіапросторі спостерігається трансформація медійних ритуалів, які були притаманні традиційним медіа. Наприклад, отримання інформації зранку з газет або радіо та телевізійних проєктів, репрезентується у нових медіа у практиках скролінгу стрічки новин та перевірки повідомлень у соціальних мережах. Завантаження мобільних додатків, реєстрація у мережі є приєднанням до комунікації та медійних ритуалів, які поширені у форматі цієї соціальної мережі (додавання фотографій, відео, знімання reels, stories, перепост інформації та інше).

Колективні медійні ритуали отримують поширення у соціальних мережах. Це прямі трансляції, до яких долучаються аудиторія. Глобальні медіа ритуали формуються навколо відомих особистостей та надзвичайних подій. Медіаритуал дозволяє індивідам усвідомлювати медіареальність, та обговорювати образи та емоції, технічні можливості дозволяють зануритись у ці події.

#### IV. Висновки

Сучасне розуміння медійних ритуалів ґрунтується на роботах представників аненбергської школи, яка досліджувала вплив телебачення та кодів, які воно транслює, на світогляд аудиторії, порівнювала телебачення з релігійними ритуалами як символічним світом. Іншу методологію дослідження пропонує К. Вульф у межах антропології, якій визначає ритуал як міметичну дію. Розвиток нових медіа значно розширив можливості репрезентації медіа ритуалів та їх вплив на аудиторію. Це обумовлено тим, що низка соціальних практик репрезентується у реальному та віртуальному просторах. Медіаритуали як і соціальні та релігійні ритуали можна розподілити на індивідуальні та колективні. До перших відноситься спостереження за новинами, певним контентом перегляд у певний час певних програм, комунікація встановлюється між індивідом та медіа, він робить це кожного дня як соціальну практику. За допомогою інтерактивну індивідуальний ритуал може трансформуватись в колективний, коли буде встановлений зворотній зв'язок між індивідом та

Медійні ритуали є соціальними практиками повсякдення та ефективною комунікацією. Так, скролінг стрічки новин є ритуалом, стрімінгові трансляції, використання спеціальних додатків для оформлення акаунту у соціальних мережах та створення контенту (відео, титрування) поєднують у собі технології просування у соціальних мережах та медійний ритуал.

#### Список літератури:

1. Полісученко А. Ю. Відеостріми на інтернет-сайтах та в соціальних мережах як різ- новид прямиоефірного телевізійного мовлення. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр.*; за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет». 2018. С. 111–124.
2. Прикидько О. М. Соціально-демографічна характеристика аудиторії новинного інтернет-телебачення в Україні. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. № 1. С. 110-114. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2017\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_1_20) (дата звернення 27.10.2023).
3. Ятчук О. Ефективність використання прямого ефіру в аналітичному телемовленні. *Інформаційне суспільство*, 2014. Вип. 19. С. 22–23.
4. Carey J. A cultural approach to communication. *Communication*. 1975. No. 2. P. 1–22. URL; [https://web.mit.edu/211.432/www/readings/Carey\\_CulturalApproachCommunication.pdf](https://web.mit.edu/211.432/www/readings/Carey_CulturalApproachCommunication.pdf) (дата звернення 27.10.2023).
5. Gerbne G., Gross L. *Living With Television: The Violence Profile* Joirrnal of Communication, Spring 1976. URL: [https://www.researchgate.net/publication/22223200\\_Living\\_With\\_Television\\_The\\_Violence\\_Profile](https://www.researchgate.net/publication/22223200_Living_With_Television_The_Violence_Profile) (дата звернення 27.10.2023).

6. Gerbner G. Television as reigion. URL; <https://web.asc.upenn.edu/Gerbner/Asset.aspx?assetID=1639> (дата звернення 27.10.2023).
7. NASA. UTL: <https://www.youtube.com/@NASA> (дата звернення).
8. Olympic Channel. UTL: <https://olympics.com/ru/sport-events/> (дата звернення 27.10.2023).
9. Wulf C. Création mimétique et circulation d'émotions lors de rituels (Mimetic Creation and Circulation of Emotions in Rituals). URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3729120](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3729120) (дата звернення 27.10.2023).

**Skalatska O. V., GENESIS OF MEDIA RITUALS**

*The article examines the heuristic potential of the media ritual in the modern information space. Attention is focused on the lack of a single definition of the concept of "media ritual" in the interdisciplinary discourse. The main meanings and components of the media ritual are traced on the example of the concept of the Annanbelg school. Attention is drawn to the possibility of using K. Wolf's anthropological concept to understand the impact of media rituals on the audience. It is noted that with the development of new media, significant transformations are taking place in the formats of providing information to the audience. Attention is focused on the fact that live broadcasting is becoming not only a direct broadcast of a signal in the current time, but also a marketing technology used by influencers, opinion leaders to communicate with audiences on social networks. The main features of the media ritual are highlighted (homogeneity of the group, blurring of spatial and temporal boundaries, unification around interest in a certain event). It is noted that global media rituals are formed around certain media personalities and extraordinary events that are significant for the social space. It has been established that staging of collective media rituals takes place with the help of technical means. Rituals can be divided into individual ones (viewing information products, following certain personalities, maintaining one's own account in social networks), when a person enters media products as part of his social practices; and collective, when individuals form a new audience around a certain event. It is noted that with the help of the interactive, an individual ritual can be transformed into a collective one, when feedback is established between the individual and the community. It was established that the development of new media significantly expanded the possibilities of media representation of rituals and their impact on the audience.*

**Key words:** media ritual, live broadcast, online broadcast, communication, social networks.