

УДК 398+621.397]:316.77

ФОЛЬКЛОР І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ В ПОЛІ МЕДІА-КУЛЬТУРИ

Діана Дзюба

У статті розглянуто питання взаємодії і взаємовпливу фольклору й телебачення. Телебачення з перших днів свого існування активно використовувало фольклорні твори і його форми, однак воно – не органічне середовище для фольклору. Утім, великий обсяг телевізійного контенту містить у собі твори вторинного фольклору та фольклоризму: народні пісні, фольклорна музика. І не тільки. Фольклор був і залишається джерелом сучасних медіа-текстів і одним з гарантів їхньої популярності. Важливо наголосити на тому, що роль телебачення в поширенні фольклору дуже велика. Інтерес до фольклору, до своїх традицій допомагає людям в етнічній самоідентифікації.

Ключові слова: телебачення, фольклор, музичний фольклор, медіатизація, фольклоризм, телеконтент.

В статье рассмотрен вопрос о взаимодействии фольклора и телевидения. Телевидение с первых дней своего существования активно использовало фольклорные произведения и его формы, но оно не является органичной средой для фольклора. Тем не менее, большой объем телевизионного контента содержит в себе произведения вторичного фольклора и фольклоризма: народные песни, фольклорная музыка. И не только. Фольклор был и остается источником современных медиа-текстов и одним из гарантов их популярности. Важно подчеркнуть, что роль телевидения в распространении фольклора очень велика. Интерес к фольклору, к своим традициям помогает людям в этнической самоидентификации.

Ключевые слова: телевидение, фольклор, музыкальный фольклор, медиатизация, фольклоризм, телеконтент.

The article considers the problem of interaction and mutual influence of folklore and television. Since its earliest days television has actively used folkloric works and its forms. Nevertheless, television is not a natural environment for folklore. Yet, a large amount of TV content contains the works secondary folklore and folklorism: folk songs, folk music. But not only. Folklore has been and still remains the source of modern media texts and one of the guarantees of their popularity. It is important to emphasize that the role of television in the dissemination of folklore is very high. The interest in folklore, in their traditions helps people to establish themselves in the process of ethnic identification.

Keywords: television, folklore, musical folklore, mediatization, folklorism, TV-content.

Фольклор і телебачення, на перший погляд, – непримиренні антагоністи й антиподи, два явища людської діяльності, які не мають, здавалося б, нічого спільного. Навіть їх основні характеристики перебувають в опозиції: найдавніше і найновіше, первісне і найсучасніше, рукотворне і високотехнічне, безпосереднє і опосередковане, жива образність і симулякри. Розібратися в основних схемах взаємостосунків, окреслити проблемне поле та «больові» точки фольклору і телебачення – завдання нашої статті.

В науковому полі досліджень вивчення взаємодії фольклору і телебачення досі не знайшло потужної реалізації. Майже не висвітлений жоден із двох аспектів: вплив ролі фольклору на формування телевізійної художньо-комунікативної системи (фольклоризм телебачення) і роль телебачення в актуалізації й поширенні різних форм фольклорних творів та традицій (ме-

діатизація фольклору). На сьогодні єдиним у контексті заявленої проблематики є дослідження авторитетної фольклористки С. Грици [3].

Матриця національної культури – фольклорний універсум, – завдяки синкретичній та поліфункціональній природі, давно інтегрувалася майже в усі сфери життя. Фольклор містить у собі потужний креативний потенціал, надзвичайні адаптаційні можливості до сучасних умов сприйняття традиційної культури і створює фундамент для розвитку та модернізації нових форм масової культури.

Часовий проміжок взаємодії фольклору й українського телебачення поділяється на два великі періоди, відповідно до карколомних змін, що відбувалися в соціокультурному просторі та в еволюції системи українського телебачення (усередині цих періодів є історичні відрізки зі сплесками і падіннями інтересу телебачення до

ДІАНА ДЗЮБА. ФОЛЬКЛОР І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ В ПОЛІ МЕДІАКУЛЬТУРИ

фольклору). Перший – 1951–1998 роки, другий – від 1998 року і донині. Такий поділ виправданий появою в 1951 році українського телебачення і виникненням наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. телевізійної індустрії, а також формуванням системи українського комерційного телебачення і початком глибокої трансформації телевізійного програмінгу.

На початку свого існування телебачення (далі – ТБ) ґрунтувалося на нових, родинних йому медіа-феноменах (радіо, кінематограф, преса), але в процесі становлення і формування жанрової та видової типології контенту воно звернулося до «старших» моделей – до літератури, театру, фольклору. Водночас ТБ у своєму розвитку намагалося чим далі відійти від літературності й театральності. І йому багато чого вдалося: телетеатр як жанр майже зник, в екранізації літературних творів усе кращим стає переклад мови прози на візуальну мову телебачення (і десятки телевізійних фільмів на основі літературних творів засвідчують це). З фольклором кардинально інакше: твори народного мистецтва дедалі рідше транслиують з екрана, проте фольклорні тексти і структури імплантувалися в тіло телевізійного масового мистецтва.

ТБ пройшло шлях еволюції від «засобу» до «середовища», сформувало сучасний комунікативний «простір медіа-культури», де естетизуються і транслиуються культурні коди. Воно, як провідник, репрезентант масової культури, а головне, – як її співтворець, потребує постійної взаємодії традиційного з інноваційним, що є умовою еволюції і становлення телевізійного середовища, формування його естетичної специфіки. Низка типологічних рис фольклору майже співпадає з телевізійними, наприклад: масовість, колективність, варіативність, імпровізаційність. Характерна для телевізійної продукції відсутність авторської свідомості (за наявності авторів) також зближує її з народною творчістю, яка, як відомо, анонімна.

У творенні своїх програмних продуктів сучасне ТБ активно використовує технологію фольклорних видовищ: практики телеіндустрії в пошуках нових форм розважалъ-

них програм повсякчас звертають особливу увагу на народні ігри, обряди, традиції масових свят, запозичуючи для себе сценарні прийоми, режисерські та постановочні ходи, образи, мотиви.

Навіть побіжний огляд телевізійного контенту засвідчить низку програм, які мають референтні джерела у фольклорних традиціях і народних обрядах та звичаях. У музичних програмах, концертних музичних шоу, музичних телефільмах, фестивалях утілилися пісенні й танцювальні народні традиції. Пісні і танці (хороводи) супроводжували основні події, сімейні та календарно-обрядові свята, а також трудовий процес стародавніх народів. Найяскравіший приклад – колядки. Святкування було справжнім дійством – з рядженими, співцями, музикантами, танцюристами.

Кулінарні програми або окремі рубрики, зазвичай у ранкових і денних телешоу, відповідають сформованій упродовж століть культурі харчування, традиціям національної кухні, існуванню в національному меню поділу на щоденні і святкові страви, як-от: обрядові страви на Різдво, Масляну, Хрещення. Трапеза була і є обов'язковим компонентом української святкової гостини.

Популярність спеціалізованих телеканалів на кшталт «Фешн ТБ» (*Fashion TV*), програм про моду беруть витoki з великої уваги українців до вбрання, національного костюма, який має традиційний поділ на буденний і святковий. Прикраси також важливий елемент вихідного, урочистого одягу, ритуал переодягання. Серед телепрограм про моду, стиль одягу в українському ефірі є такі: «Моду народу!» (Новий канал), «Зніміть це негайно!» (1+1), «Шафа» (Новий канал).

Улюблені телешоу глядачів і про перевітлення, у яких відбуваються різючі зміни з героєм програми: зміни стилю одягу, зачіски, макіяжу – «Від пацанки до панянки» (ТЕТ), корекція фігури – «Зважені та щасливі» (СТБ), хірургічна корекція обличчя та тіла – «Фабрика краси» (ICTV), «Операція Краса» (1+1), «Я соромлюся свого тіла» (СТБ). У народній традиції існує ритуал «розбирання», важливий етап якого – зміна одягу, а перед тим – «оголення й обмивання

СУЧАСНІСТЬ

переходових осіб. Ці акти є обов'язковими для усіх переходових персонажів – роділлі, народженця, молодої й молодого, покійника і його душі» [9, с. 3]

Традиція рядження сягає корінням язичницького минулого народу. Учені вважають, що акт вирядження є складним обрядово-ігровим дійством, що не втратив до кінця зв'язку з давнім міфологічним змістом і навіть зберіг деякі архаїчні риси. В українському телепросторі маємо шоу-перевтілення, у яких, за допомогою одягу і гриму, люди змінюються до невпізнаності і стають на вигляд іншими («ШоумаStroyon» (Новий канал), «Як дві краплі» («Україна»)).

Останнім часом найпопулярнішим форматом ТБ стали шоу-знайомств (*dating show*), де відбуваються майже всі обряди передвесільного циклу: знайомство, оглядини, заручини, сватання. Інші телепрограми цього напрямку також містять ритуалістику молодіжного спілкування і нагадують вечорниці, під час яких виразно простежуються традиції залицання: «Давай одружимося» (СТБ), «Холостяк» (СТБ), «Фермер шукає дружину» (СТБ), «Гарем» (1+1).

Програми про весілля (*wedding show*) мають надзвичайно високий індекс глядацької прихильності. Утворенню сім'ї українці завжди надавали великого значення, сформувавши цікаву весільну обрядовість. Не всі, але більшість традицій донині вводять у сценарії сучасного весілля. Напередодні весілля наречена прощалася зі своїм дівуванням, а наречений – з парубоцтвом: підвесілки, дівич-вечір, збірник, заводини тощо. Збереглися звичаї вручення короваю, весільного рушника, збирання дружини молодим, імітація викрадення нареченої, подолання перешкод на шляху до молодої, обмін подарунками між сватами, викуп коси та інші. Завдяки телепрограмам про весілля, сучасна молодь ознайомлюється з традиційним українським весільним обрядом: «Чотири весілля» (1+1), «Шалене весілля» («Інтер»)).

Давня народна традиція спілкування на посиденьках, вечорницях, під час яких дізнавалися про останні новини, утілилася в комунікативних телепрограмах у жанрі *talk* – бесіди, інтерв'ю, ток-шоу («Про жит-

тя» («Інтер»; UA: Перший), «Говорить Україна» («Україна»), «Все буде добре» (СТБ)) і в жанрі світської хроніки («Світське життя з Катериною Осадчою» (1+1), «Неймовірні історії про зірок» (СТБ)). Посиденьки були одним з найулюбленіших народних способів проведення дозвілля. Саме там вигадували веселі небилиці, розказували анекдоти, еротичні жарти і загадки, співали сороміцьких пісень. Тож не дивно, що найрейтинговішими на ТБ є гумористичні телепрограми, які ввібрали жанри народної сміхової культури – комедійні телефільми і серіали, ситкоми («Вечори на хуторі поблизу Диканьки» («Інтер»), «Сватання на Гончарівці» («Інтер»), «Свати» («Інтер»; 1+1), «Останній москаль» (1+1), «Леся + Рома» (ICTV)), а також телевізійні вікторини («Перший мільйон» (1+1), «Що? Де? Коли? Зіркові війни» («Інтер»; 1+1), «LG-Еврика» («Інтер»), ерудит-шоу «Найрозумніший» (1+1; «Україна»)).

Магічні практики українців, народні традиції ворожіння, відвідини ворожок, чарівників-мольфарів актуалізувалися в програмах за участю сучасних ясновидців, відьом, екстрасенсів. Ще на радянському ТБ відбувалися ефірні сеанси екстрасенсів А. Кашпировського, А. Чумака, а на українському ТБ роками показують багатосезонні шоу «Битва екстрасенсів» (СТБ), «Слідство ведуть екстрасенси» (СТБ), а також телесеріал «Гадалка» (1+1).

Сучасні телевізійні фольклорні фестивалі, конкурси, шоу-змагання, шоу на виживання, ігрові шоу відтворюють складові народного дозвілля, які традиційно побутували в народній культурі, де вдосталь було ігрових розваг, веселих спортивних випробувань, як-от: катання на гойдалках і дошках, стрибання через багаття під час святкування Івана Купала, яке дійшло до нас із архаїчних язичницьких часів. Так само й Масляна, яка майже не зазнала християнського впливу і залишилася звичайним веселим народним святом із вкрапленням язичницьких ритуалів. Ігрові шоу: «Ігри патріотів» («Інтер»), «Зіграй в ящик» (1+1), «Знайти крайнього» (Новий канал), «Куб» (СТБ), «Мій зможе» (1+1), «Я люблю Україну» (1+1), «Детектор брехні» (СТБ).

ДІАНА ДЗЮБА. ФОЛЬКЛОР І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ В ПОЛІ МЕДІАКУЛЬТУРИ

У телепрограмах жанру «стендап шоу» (*stand-up show*), де у форматі концерту виконують гумористичні тексти, показують комічні номери, розігрують веселі сценки, простежуються традиції народного вертепу, веселого дійства з піснями-колядками, жартами, короткими постановочними сценками з пародіями (передражнювання). Вертеп влаштовували мандрівні музиканти й актори, а він проріс у народну традицію і згодом актуалізувався на професійній сцені. Програми в жанрі «стендап шоу» широко представлені в ефірі таких українських телеканалів, як: Новий канал («Стендап шоу»), 1+1 («Ліга сміху», «Вечірній Київ»), «Інтер» («КВК», «Камеді Клуб Україна» (*Comedy Club Ukraine*), «Бійцівський клуб»), «Україна» («Камеді Вумен» (*Comedy Woman*)), ICTV («Ріал Камеді» (*Real Comedy*)), 2+2 («Ріал Камеді» (*Real Comedy*)).

Генезис конкурсів, які надзвичайно популярні на ТБ, також можна відстежити з традицій народних гулянь. Мотив випробування, можливість показати свої здібності, змагальність і азарт, самореалізація – основні складові успіху цих телепередач. На українському ТБ ще за радянських часів неймовірно популярний був телетурнір «Сонячні кларнети» (1974–1989) – мистецьке змагання між аматорськими художніми колективами з різних областей республіки. Щораз творчі колективи з двох областей упродовж півтори-двох годин демонстрували свої досягнення. На сучасному українському ТБ виник окремий жанр – «талант-шоу». Серед найпопулярніших – «Україна має талант» (СТБ), «Фабрика» (Новий канал), «Голос країни» (1+1), «Ікс фактор» (СТБ), «Голос. Діти» (1+1), «Танцюють всі» (СТБ), «Битви хорів» («Інтер»), «Народна зірка» («Україна») та багато інших.

Успіх, зокрема, розважального контенту ТБ, як і успіх медіатекстів маскульту загалом, дослідники [7; 8; 11; 17] пов'язують з фольклором, що забезпечується комплексом чинників, серед яких першочерговим є інспірація фольклорними та міфологічними джерелами, синтез природного і надприродного, звертання не до раціонального, а до емоційного тощо. Як і для інших різновидів художньої діяльності, для ТБ

фольклор був і залишається джерелом генерування креативних ідей для створення нових телевізійних форматів. Використання фольклору допомагає ТБ реалізувати його основні функції – інформаційно-розважальну й оформлення дозвілля.

Сучасні дослідження вказують на фольклорне підґрунтя такого об'єкта соціальної комунікації, яким є ТБ. Вивчення характеру поширення і споживання телевізійної інформації наштовхнуло Дж. Фіске на думку про радикальну спорідненість телевізійної та фольклорної культури, про кардинальний взаємозв'язок телевізійних уподобань і супутніх їм інструментів інформаційної «фольклоризації». Звертаючись до ТБ, Інтернету, популярних пісень, реклами, упрозорюється роль, яку «у формуванні фольклорного дискурсу повсякденності відіграють латентні архетипи соціальної психології й ті механізми, якими вони підтримуються» * [1]. Спостерігається очевидна спорідненість окремих аспектів фольклору і культури сучасної інформаційної епохи, невід'ємною частиною якої є ТБ. Дослідники проблем масового смаку виявили стійкі фольклорні стереотипи сприйняття в сучасних глядачів. Любов до видовищ базується на певному фольклорному архетипі масового сприйняття.

Не викликає сумніву й те, що обидві культури – це культури народні. Утім, є і відмінності між цими двома явищами (деякі з них розглядають у новітніх дослідженнях). Учені дійшли висновку, що фольклор і масова культура – поняття не абсолютно синонімічні. Фольклор базується на певних традиціях, що відображають народні помисли, а масова ж культура реагує на ситуативні народні настрої, натомість давніх традицій не має, а має лише виразний кон'юнктурний характер, тому, відповідно до запитів аудиторії, в усе вносить елемент новизни. Фольклор завжди національний за змістом. Масова культура переважно має космополітичний характер. Фольклор – це усна народна творчість, а в маскульті превалює аудіовізуальна форма зберігання і передачі художнього тексту.

* Тут і далі переклад з рос. авторки статті. – Ред.

СУЧАСНІСТЬ

ТБ, зі своєю масштабністю, продовжило процес медіатизації фольклору – збереження і поширення його творів через медійні канали, розпочате медійними попередниками ТБ (письмова фіксація, друк, згодом аудіо- і відеозапис.) Актуалізація фольклорних текстів, максимальне поширення їх у просторі і часі задля легкої доступності в тандемі носій-реципієнт, – безумовно позитивні моменти в системі координат «фольклор – телебачення». Проте є і втрати. І вони – з боку фольклору. Залучення зразків народного мистецтва чи фольклорних елементів до нової, складнішої, естетичної системи призводить до їх істотного перетворення.

Одна зі стрижневих художньо-естетичних проблем полягає в тому, що ТБ, з огляду на свою специфіку, не становить органічне середовище існування автентичного фольклору, а також і його адекватного способу презентації. Фольклорні твори, у разі потрапляння їх у штучний простір телевізійного ефіру, перебувають за межами свого природного оточення і поза контекстом своїх функціональних зв'язків з елементами традиційної культури (обрядність, усність, безпосередня комунікація тощо). Перенесення музичної автентики на телеекран позбавляє фольклор деяких першопочаткових властивостей і натомість надає нових, йому не притаманних. Приміром, музичний фольклор на ТБ отримує іншу форму виконання – «сценічну», яка розгалужує колективний активний загальний народний масового дійства на групи з різним позиціонуванням: діючі виконавці та пасивні глядачі, комунікація яких опосередкована через відеозапис і телевізійний екран. «Фольклор, подібно як і мова, існує в першу чергу не для сцени, а для живого міжособового спілкування, його життя у природних формах мусить бути забезпечене відповідним життєвим середовищем <...>. При сьогоднішній тиражувальній техніці слухач-глядач нерідко отримує викривлену, неадекватну щодо його [фольклору. – Д. Д.] внутрішньої природи інформацію» [3, с. 208].

Процес тиражування логічно вписується в контекст функціонування медіа-культури – систематичного поширення її текстів

через мас-медіа, проте часто в цьому процесі втрачається оригінал. «Тиражування в маскульт стає не лише способом поширення його продукції, але й самою сутністю масової культури: тиражувати можна як образ, ідею, так і спосіб їх сприйняття і розуміння. Тиражується і сам споживач маскульту. Спілкування з тиражованим мистецтвом позбавляє його винятковості характеру переживання, його сприйняття стає буденною фоновою дією» [14, с. 488].

На жаль, трапляється, що фольклор тільки частково зберігає свою структурну організацію, і внаслідок цього має місце імітація фольклорних текстів, коли використовують лише фольклорні образи-штампи, істинний сенс яких нерідко втрачається. У процесі прилаштування фольклору до сучасності, тобто його адаптації у формах сучасного соціуму, на перший план виходить комунікативно-ігрова, розважальна функція, і одним із проявів є використання культурних змістів, які поступово перетворюються на так звані симулякри. Попри критичне ставлення до масовізації, до масштабного поширення творів мистецтва, зокрема народного, у таких процесах є і позитивний бік. Дигітальні технології створюють небачені можливості для розширення інформаційного простору і, окрім того, надають нові можливості для актуального прочитання давніх, іноді забутих, творів, які можуть виявитися співзвучними нашому часу і ввійти в культурну практику сьогодення. У процесі медіатизації первинного фольклору відбуваються трансформації, які наближують його до сучасного культурного споживача.

Однак маємо й інший момент, що ускладнює і без того непрості стосунки нового медійного телегіганта й базової народної культури. Сучасне ТБ також претендує на роль джерела нового фольклорного медіатексту. І тут спостерігається зворотний процес – процес демедіатизації (*demediaization*): певну інформацію, яку телеглядач отримує з екранів телевізорів, він передає далі в природно-контактний спосіб, і, таким чином, вона ре-медіатизується. Приміром, жарт із телепрограми «Йде в народ», тобто його переказують по ланцюжку, згодом (а то й відразу) джерело (авторство) утра-

ДІАНА ДЗЮБА. ФОЛЬКЛОР І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ В ПОЛІ МЕДІАКУЛЬТУРИ

чається. Подібні метаморфози трапляються і з піснями, коли пісня, маючи автора, стає настільки популярною, що більшість її сприймає як народну, і вона починає жити за фольклорними законами і мати кілька варіантів виконання. Телевізійний екран, з одного боку, виявляється каналом передачі фольклорних явищ («з фольклору на екран»), а з другого, – одним із джерел текстів («з екрану у фольклор») [12, с. 190–198]. По суті, медіа-текст виходить з медіа-середовища в лоно існування фольклорних текстів і цілком може оформитися вже як вторинний фольклор. І вже ця «нова усність» має всі шанси знову перейти в медійну форму існування, посилюючи міфологізацію медіа-реальності, у якій ми існуємо. Людина, занурена в медіа-культуру, сама стає продуктом нових медіа [6]. У нашому випадку вона стає і носієм медійного фольклору.

У сучасних фольклористичних наукових роботах увага спрямована на дослідження пересічних площин традиційних і нетрадиційних «фольклорів». Простір сучасного фольклору фрагментується, і сучасник виявляється носієм різних фольклорних текстів. Джерела поширення і форми рецепції цих текстів сьогодні мало схожі на «способи трансмісії фольклорних уявлень, з якими звикла мати справу традиційна фольклористика. Стереотипи масової та популярної культури формують уподобання, які фольклоризуються в риторичних і сюжетних інноваціях повсякденного дискурсу» [2]. ТБ в такій системі відіграє ключову роль не тільки поширювача, але й генератора цих стереотипів.

Іншою обтяжуючою обставиною при дослідженні проблематики фольклору є велика кількість трактувань терміна «фольклор», а особливо його предметного поля. Учасники нинішніх дискусій про понятійне визначення фольклору, як уважає український фольклорист М. Дмитренко, дотримуються «усталених поглядів у межах двох дефінітивних поділів на вузьке і широке розуміння терміна “фольклор”, що, на наш погляд, не завжди виправдане, часом огорнуте псевдонауковим міфом чи зачарованим колом, за контури якого не бажають,

не прагнуть ступити» [5, с. 20]. Через розмитість дискусійного поля спостерігається незлагодженість у поглядах на змістовне наповнення терміна «фольклор». Учений переконаний, що «назріла гостра проблема чіткішого обґрунтування терміна “фольклор”, адже широкі й вузькі його розуміння, врешті-решт, почали вичерпувати свій науковий ресурс» [5, с. 314].

Не аналізуючи всі пропоновані варіанти, беремо до уваги конвенційне тлумачення від експертів ЮНЕСКО: «Фольклор – сукупність творів, заснованих на традиціях культурної спільноти, що представлена групою або індивідуумами, визнаних виразниками сподівань спільноти, її культурної та соціальної самобутності; фольклорні зразки і цінності передаються усно, шляхом імітації або в інший спосіб. Його форми містять, зокрема, мову, літературу, музику, танці, ігри, міфологію, обряди, звичаї, ремесла, архітектуру та інші види художньої творчості» [19]. Зазначимо, що далеко не всі дослідники сприймають таке розширене трактування, тому науковий дискурс триває.

Остаточного спільного рішення немає і з питання ознак належності творів до фольклору. У науковій літературі наявний широкий спектр пропозицій. До сфери фольклору відносять «явища і факти вербальної духовної культури в усьому їх розмаїтті» [13, с. 24], пропонують розглядати його як «агрегат різноманітних субкультур зі своїми картинами світу, власним мистецтвом і власним фольклором» [15, с. 12].

Тренд наукових робіт цього століття – дослідження фольклору різних соціальних, вікових, професійних, етнічних, територіальних груп, фольклору молодіжних субкультур тощо. У наявності дослідження віртуального фольклору як субкультури користувачів глобальної мережі Інтернет, які володіють особливою мовою (жаргоном), власними нормами і цінностями, мисленням і сприйняттям простору й часу, зі своєю рідною картиною світу, власним мистецтвом і власним фольклором [16].

Значущим сегментом фольклору, який потужно використовували в становленні національного ТБ України, був музичний фольклор. Повсякчас відбувалася

СУЧАСНІСТЬ

асиміляція і трансформація традиційного фольклору як у художній самодіяльності, так і в професійному мистецтві, де його освоювали представники різних напрямів і жанрів академічної музики й естрадного мистецтва. Фольклористичні новації українських композиторів збагатили вітчизняну музичну культуру і певною мірою стимулювали процеси «кристалізації національного стилю української музики» [18, с. 124].

Проте існують жорсткі обмеження, що звужують множину фольклорних матеріалів до вузького кола творів, які відповідають чітким критеріям академічних досліджень. Українські етномузикологи серед визначальних властивостей традиційної народної музики виокремлюють такі: анонімність, колективність, варіантність, імпровізаційність (співтворчість у процесі виконання), усність [10].

Урахування даних характеристик українського фольклору обмежує предметне коло музичного фольклору при виокремленні його із загального музичного контенту українського ТБ. У такому разі великий сегмент телевізійного музичного матеріалу, що не відповідає головним ознакам автентичності, вноситься за межі дослідження. Аби уникнути обмежень, звернімося до розуміння фольклору як інтегральної складової сучасної культури, у якій він має декілька градацій [3, с. 209–210]. На вищому щаблі – автентичний фольклор, що зберігся в первісному вигляді завдяки його носіям – сільським фольклорним виконавцям. Іншим різновидом є вторинний фольклор – оброблений зі збереженням першооснови. Обробку влучно назвали «реконструкцією фольклору». Його виконують зазвичай аматори, учасники народної самодіяльності, які відновлюють музичну автентичність. Усі інші види інтерпретації і переробки фольклорних текстів – це вже фольклоризм: «еволюційний процес адаптації, репродукції і трансформації фольклору в умовах, що відрізняються від тих, у яких розвивався і побутував фольклор» [4, с. 10].

Народну музику також наполегливо залучали до творення художньо-естетичної системи ТБ. За майже 65-річне існування вітчизняного ТБ створено десятки музич-

них програм, трансльовано сотні концертів, фестивалів, конкурсів, де народна музика лунала як у виконанні аматорів, так і професійних артистів та музикантів. Вторинний музичний фольклор виконували фольклорні ансамблі й солісти, зазвичай учасники опановували виконавчу майстерність і поведінку народних виконавців.

Музичний фольклор і твори фольклоризму присутні в різних видах і жанрах телевізійної продукції, основними з яких є концерт, музична програма, фільми-концерти (жанр, який залишився, хіба що, на нішових спеціалізованих телеканалах, як-от: телеканал «Культура»). Народні пісні, як окрема номінація, нерідко звучать у музичних форматах шоу в жанрі «талант-шоу».

Маємо визнати, що в сучасному суспільстві фольклорна традиція живе, розвивається і підлягає вивченню як складова народної культури. У медійному ракурсі досліджень інтерес представляють модифікації в телевізійному просторі музичного, зокрема пісенного, українського фольклору. Актуальними є питання інтерпретації та адаптації музичного фольклору, телевізійне побутування «вторинного», функціонування різних форм фольклоризму.

Сучасну культуру майже повністю «подають» у медіатизованому вигляді, у тому числі все, що належить до культурної спадщини. З одного боку, відбувається активний процес оцифрування (дигіталізація) найрізноманітніших текстів і пам'яток культури, з другого, – неймовірна інформаційна надмірність утруднює процес вбудовування пам'яток у систему цінностей людини і суспільства, формування дбайливого ставлення до спадщини, виховання відчуття гордості за ті тексти і пам'ятки, які належать до вітчизняної зокрема та світової культури загалом. ТБ виявилось потужною медійною площадкою масової репродукції фольклорних текстів, особливо у вторинних формах і у творах фольклоризму.

Чимало медіа-текстів у телеефірі мають усі ознаки «фольклорності»: вони (тексти) відомі, але для більшості глядачів невідомий їх автор. І, до того ж, нерідко їх поширюють в усній формі – у переказах. Це може бути анекдот або жарт із телешоу,

ДІАНА ДЗЮБА. ФОЛЬКЛОР І ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ В ПОЛІ МЕДІАКУЛЬТУРИ

фраза з популярної пісні або фільму, серіалу, слоган з телереклами, популярна фраза гостя телепрограми чи телеведучого.

Ряд дослідників переконливо довели, що популярність творів масової культури, як, власне, і телевізійної, забезпечує оперття на фольклорний тип естетичного сприйняття, а «архетипи казки та легенди, і відповідні їм архетипи фольклорного сприйняття, поєднавшись, створюють ефект інтегрального успіху масових фаворитів» [7, с. 116]. Однак зауважимо, що використання фольклорних структур і форм не гарантує успіху сучасним мистецьким творам, але велике значення має талант творців, майстерність виробників, розуміння кон'юнктури продюсерами і, як результат синергії, – чуттєвий вплив на глядача. У межах однієї статті ми не маємо змоги окреслити всі взаємовпливи фольклору і ТБ, а також проаналізувати фольклорно-місткий контент телевізійної продукції в хронологічному зрізі. Історико-культурологічний аналіз на предмет медіатизації фольклорних традицій в українському телеєфірі заслуговує на окрему розвідку.

Джерела та література

1. *Богданов К. К.* Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ruthenia.ru/folklore/bogdanov6.htm>.
2. *Богданов К. К.* Прецедентные тексты в современном фольклоре [Электронный ресурс] // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. – Режим доступа : <http://www.ruthenia.ru/folklore/bogdanov1.htm>.
3. *Грица С. Й.* Трансмісія фольклорної традиції / С. Й. Грица. – Київ ; Тернопіль : Астон, 2002. – 236 с.
4. *Гусев В. Е.* Фольклор и социалистическая культура / В. И. Гусев // Современность и фольклор: статьи и материалы / отв. ред. и сост. В. Е. Гусев. – Москва, 1977. – С. 7–27.
5. *Дмитренко М. К.* Українська фольклористика: проблеми методології / М. К. Дмитренко. – Київ : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського, 2015. – 364 с.
6. *Жижек С.* Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25>.
7. *Зоркая Н. М.* Уникальное и тиражированное. Средства массовой коммуникации и репродуцированное искусство / Н. М. Зоркая. – Москва : Искусство, 1981. – 167 с.
8. *Зоркая Н. М.* Фольклор. Лубок. Экран / Н. М. Зоркая. – Москва : Искусство, 1994. – 239 с.
9. *Маєрчик М.* Ритуал і тіло: структурно-семантичний аналіз українських обрядів родинного циклу. – Київ : Критика, 2011. – 325 с. : 80 іл.
10. *Макарчук С. А.* Музичний фольклор [Електронний ресурс] // *Макарчук С. А.* Етнографія України. – Львів : Світ, 2004. – Режим доступу : http://www.ebk.net.ua/Book/history/makarchuk_eu/index.htm.
11. *Нечай О. Ф.* Ракурсы: о телевизионной коммуникации и эстетике / О. Ф. Нечай. – Москва : Искусство, 1990. – 119 с.
12. *Петрова Н. С.* Конструируя историческое предание: телевидение как источник «фольклорных» текстов / Н. С. Петрова // Вторичные формы традиционной народной культуры. Материалы научно-практической конференции (Краснодар, 26–27 ноября 2010 г.). – Краснодар, 2010. – С. 190–198.
13. *Путилов Б. Н.* Фольклор и народная культура / Б. Н. Путилов. – Санкт-Петербург : Наука, 1994. – 240 с.
14. *Самохвалова В. И.* Творчество: Божественный дар. Космический принцип. Родовая идентичность человека / В. И. Самохвалова. – Москва : РУДН, 2007. – 538 с.
15. *Соколов К. Б.* Субкультурная стратификация и городской фольклор / К. Б. Соколов // Традиционная культура. Научный альманах. – Москва, 2000. – № 1. – С. 10–17.
16. *Рукомойникова В. П.* «Виртуальный» фольклор в контексте народной смеховой культуры [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Йошкар-Ола, 2004. – Режим доступа : <http://www.dissertcat.com/content/virtualnyi-folklor-v-kontekste-narodnoi-smekhovoikultury#ixzz3j1QOOuw3>.
17. *Харитонов Е. В., Щербак-Жуков А. В.* На экране – чудо: отечественная кинофантастика и киносказка. 1909–2002 [Электронный ресурс] // Если. Журнал фантастики / НИИ киноискусства Министерства культуры РФ. – Москва, 2003. – Режим доступа : http://www.fandom.ru/about_fan/kino.
18. *Фільц Б. М.* Обробки народних пісень для хору / Б. М. Фільц // Історія української музики : у 6 т. Т. 5 / НАНУ, ІМФЕ ім. М. Т. Рильського ; ред. кол. М. Гордійчук (голова), О. Костюк, Т. Булат та ін. – Київ : Наукова думка, 2004. – С. 38–52.
19. 154 сессия ООН по вопросам образования, науки и культуры. Рекомендации о сохранении фольклора. Приложение 154 ЕХ/13 [Электронный ресурс]. – Париж, 1998. – С. 6. – Режим доступа : <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001111/111165r.pdf>.

SUMMARY

The topic of the article is the problem of interaction and mutual influence of folklore and television. Since its earliest days television has actively used folkloric works and its forms. Nevertheless, television is not a natural environment for folklore. Yet, a large amount of TV content contains the works secondary folklore and folklorism: folk songs, folk music. But not only.

The research of interaction of folklore and television has not yet taken a strong realization in the scientific range of studies. Virtually none of two aspects is examined: neither the impact of role of folklore in the formation of artistic and communicative TV system (folklorism of television), nor the role of television in actualizing and disseminating various forms of folkloric works and traditions (mediatization of folklore).

Folklore is always national in content. Mass culture has a predominantly cosmopolitan nature. Folklore is, by definition, an oral folk art, while in mass culture prevails an audiovisual form of preservation and transmission of artistic text. Works of folk art are less frequently being broadcasted; however folkloric texts and structures have been implanted into the matter of TV mass art.

While forming its programme products, modern television makes extensive use of the technology of folkloric performances: in search of new forms of entertainment, practices of TV industry constantly give special attention to folk games, rites, and traditions of mass celebrations. From all the latter, they adopt scenario techniques, director's and stage moves, images and motifs. A survey of TV content can attest a pool of programmes having reference sources in folk traditions and folk rites and customs.

One of the pivotal artistic and aesthetic problems lies in the fact that television, due to its specificity, is not a natural environment for folklore and not an appropriate means of its presentation. Folkloric works, in case of their getting into an artificial space of broadcasting, function there outside the limits of their natural environment and beyond the context of its functional connections with elements of traditional culture (rituals, orality, immediate communication, etc.).

Folklore retains its structure only partially and therefore the imitation of folkloric texts occurs, when there is use of exclusively folkloric images-clichés, whose gist is quite often being lost.

In process of mediatization of primary folklore take place the transformations intended for drawing the latter closer to modern perception of a consumer.

Modern TV per se claims to be the source of a new folkloric media text. And then we see the opposite process – the process of de-mediatization: certain information received by a TV-viewer while watching television, is transmitted forwards in a natural contact way, thereby being re-mediatized.

The popularity of mass cultural works, like the television ones proper, is supplied by being based on the folkloric type of aesthetic perception.

Folklore has been and still remains the source of modern media texts and one of the guarantees of their popularity. It is important to emphasize that the role of television in the dissemination of folklore is very high. The interest in folklore, in their traditions helps people to establish themselves in the process of ethnic identification.

Keywords: television, folklore, musical folklore, mediatization, folklorism, TV-content.