

УДК 070:304.36

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318432>

РИТУАЛЬНА МОДЕЛЬ КОМУНІКАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТА ЗАСТОСУВАННЯ

Тетяна Тхоржевська,

канд. іст. наук, доцент,

завідувач кафедри нових медіа та медіадизайну

факультету журналістики, реклами та видавничої справи

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

e-mail: tvchor@gmail.com

ORCID iD: 0000-0002-4696-4636

Важливу частину теорії масових комунікацій складають моделі масової комунікації. Зазвичай дослідники виділяють чотири типи моделей — трансмісії, ритуалу, привернення уваги та рецепції. Дана робота присвячена моделі ритуалу. Зазвичай ритуальну модель комунікації пов'язують з ім'ям Джеймса Кері (James W. Carey); вважається, що повідомлення в цій моделі «не є актом висилання інформації, а є публічним виявом підтримки суспільних переконань» [5, 220]. В статті приділено увагу власним поясненням Дж. Кері, який робив акцент не так на ритуалі і формуванні сус-пільної солідарності, як на категорії «культура». Розглядаються концепції М. Комона, зокрема щодо здатності медіа ритуалізувати суспільне життя та Е. Ротенбулера, який стверджував, що віносини між людиною та навколишньою реальністю завжди містять елементи ритуалу. Щодо спроб практичного застосування моделі, в цій роботі вони обмежені розглядом класичної роботи Даяна і Каца, яка присвячена медіаподіям: публічним церемоніям з усіма ознаками ритуалу, які трансплюються на телебаченні.

Ключові слова: ритуальна модель комунікації, ритуал, медіа, культура.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями.

Ритуальна модель масової комунікації згадується у теорії масової комунікації поряд з трансмісійними моделями, а також моделями рецепції та привернення уваги. Проте спосіб передання і отримання інформації, який описується трансмісійними моделями і формування солідарності або підтримання спільних цінностей дивно виглядають в межах одної класифікації. Саме тому нам здалося досить важливим розглянути праці як власне Дж. Кері, з ім'ям якого пов'язують модель ритуалу, так і деякі інші праці дослідників, які працювали в цьому напрямку.

Крім того, важливим в сучасних умовах великих обсягів інформації, зайвий раз поставити питання щодо функцій інформаційного простору загалом та журна-

лістику зокрема: що є більш важливим — передання повідомлення чи підтримання спільних цінностей?

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження ритуальної моделі комунікацій в українському науковому дискурсі, присвяченому медіа, можна розділити на декілька напрямів. Перший стосується описання «моделі ритуалу» в контексті теорії масових комунікацій. Наприклад, В. Різун, згадуючи експресивну, або ритуальну модель комунікації, зауважував, що комунікація, на думку Дж. Кері, «має бути виражена в таких категоріях: участь, товариськість, братерство, спільна віра» [5, 220]. В. Іванов зауважував, що «теорія ритуалу... вважає функцією медіа не розповсюдження повідомлень у просторі, а підтримку суспільства у часі, підтримку спільних переконань» [1, 148 — 149].

До другого напрямку можна віднести спроби практичного застосування моделі ритуалу для пояснення сприйняття інформації медіа аудиторією. Наприклад, дослідниця Ю. Козир зазначає, що «...спосіб осмислення дійсності в мас-медіа науковець Дж. Кері порівнював з картою, відповідно до якої аудиторії пропонується орієнтуватися у світі, приймати рішення і діяти» [2, 1]. На прикладі аналізу контенту українських та російських медіа певної тематичної спрямованості дослідниця висуває гіпотезу (і доводить її), що «різні видання в межах одного соціокультурного середовища мають щось спільне у своїх баченнях і оцінках» [2, 1]. Дослідниця М. Петрушкевич використовує ритуальну модель як методологічну основу для дослідження релігійної комунікації у нових медіа, яка «орієнтована на створення спільного світогляду, можливість приватної та групової релігійної комунікації, публічну демонстрацію релігійних переконань» [4, 78]. Нарешті, можна виділити третій напрямок досліджень, пов'язаний з ритуальною моделлю, в якому осмисленню піддається її культурологічний аспект. Наприклад, дослідниця О. Косюк розглядає ритуальну модель в історичному аспекті, зауважує, що «вона й виникла на зорі цивілізацій і продовжує існувати до сьогодні (головно в релігійних та політико-ідеологічних спільнотах)» [3, 106]. Дослідниця розглядає також важливий культурологічний аспект: з якими уявленнями аудиторії про навколишній світ може взаємодіяти ритуальна модель комунікації: «Повідомлення ритуальної комунікації приховані й двозначні, вони залежать від архетипних асоціацій та символів, що вже наявні в культурі певної інтерпретативної спільноти і пов'язані зі спілкуванням у формі обряду, церемонії, розважального дійства етнографічно-ігрового чи догматично-релігійного характеру та такими поняттями, як «міф», «архетип», «символ», «знак»» [3, 106].

Метою даної роботи є аналіз праць дослідників, присвячених ритуальній моделі масової комунікації, зокрема, способам її тлумачення (інтерпретації) та застосування для пояснення функціонування певних сегментів медіапростору або сприйняття їх аудиторією.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На початку розвідки, присвяченої культурному, або, точніше, культурологічному підходу до комунікації (A Cultural Approach to Communication [8, 11–28]), Дж. Кері констатував два наявних погляди: трансмісійний та ритуальний [8, 12], зауважуючи, що трансмісійний (передача повідомлення) є більш поширеним. Використовуючи слово «комунікація», Кері стверджував, що від XIX століття й до XXI цим словом водночас позначали як переміщення товарів або людей, так і переміщення інформації. Такий погляд на комунікацію Дж. Кері пов'язував з бажанням збільшити швидкість та ефект повідомлень. Натомість ритуальний погляд на комунікацію пов'язаний не з «розширенням повідомлень у просторі, а з підтримкою суспільства в часі; це не акт передачі інформації, а представлення спільних переконань» [8, 17]. Він порівнює ритуальний погляд на комунікацію з релігійною церемонією та зазначає, що цей погляд пов'язаний з побудовою та підтримкою впорядкованого культурного простору, який може бути «контролем і контейнером для людських дій» [8, 19]; представляє базовий порядок речей.

Кері критикує американську академічну науку в галузі комунікацій через те, що вона не приділяла належної уваги ритуальному погляду, будучи зосередженою переважно на дослідженні передачі інформації. Аргументація дослідника виглядає досить цікавою. Він каже, що американська наука досліджує інші народи, розуміє, що там є певна культура, яка відбивається, зокрема у спільних віруваннях і ритуалах. Проте коли мова йде про власну культуру, її начебто не бачать, не усвідомлюють, що все те саме притаманне й американській культурі. Зневагу, зокрема й академічну, до категорії «культура» Кері пояснює індивідуалізмом, пуританством та ізоляцією науки від культури. Наполягаючи на центральній ролі культури та ритуального погляду на комунікацію, дослідник намагається довести свою позицію на прикладі «ролі газети в суспільному житті» [8, 21]. Якщо розуміння комунікації як трансмісії вбачає у читанні газети лише отримання інформації, то ритуальний погляд дає іншу картину. Кері вважає, що читання газети для отримання інформації не є головним, хоча він, звісно, не заперечує отримання інформації. Проте важливішим, на його переконання є ритуальний акт (автор навіть порівнює його з релігійною відправою). Читач, за допомогою інформації, яку він отримує з газети, підтверджує свій погляд на світ» [8, 22].

«Читання новин — акт ритуальний і драматичний. Те, що постає перед читачем, не є лише інформацією, а є зображенням протиборчих сил у світі. Читачі... беруть участь у драмі... Історія про монетарну кризу вітає їх як американських патріотів, що борються з давніми ворогами Німеччиною та Японією; розповідь про жіночу політичну фракцію повертає їх до визвольного руху як прихильників або противників; розповідь про насильство в кампусі нагадує їхній клас... Головне тут не модель отримання інформації, хоча таке отримання відбувається, а модель драматичної дії, в якій читач приєднується до світу протиборчих сил як спостерігач у виставі» [8, 23]. Важливо підкреслити, що для підтвердження своєї думки Кері зауважує, що

новини мало змінюються. Дійсно, для того аби ритуальна функція була головною, новини мусили б постійно повторюватися, адже повторюваність — одна з головних ознак ритуалу. І саме споживання новин через газету, за твердженням Кері — це те, що надає життю форму і порядок. Отже, підсумовує автор, з точки зору ритуалу новини — це не інформація, а драма.

Важливим аспектом концепції Кері є те, що він неодноразово підкреслює відсутність протиріччя між трансмісійним та ритуальним поглядами на інформацію: «Жоден з цих протилежних поглядів на комунікацію не заперечує іншого. Ритуальний погляд не виключає процесів передачі інформації. Він лише стверджує, що неможливо правильно зрозуміти ці процеси без врахування ритуального погляду на комунікацію та соціального порядку» [8, 24].

Те, що американська наука в галузі комунікацій переважно займалася питаннями трансмісії, Кері пояснює тим, що така категорія як «культура» не входить до наукового дискурсу; той самий соціальний порядок, про який він згадує, здається настільки самоочевидним, що на нього просто не зважають: «Речі можуть стати настільки звичними, що ми їх взагалі не сприймаємо» [8, 25]. Але завданням соціальних наук, на його думку, є саме звернення уваги на те, що виглядає очевидним на перший погляд.

Він вважає, що тут варто звернутися до інтелектуальної традиції, представлені М. Вебером, Е. Дюркгеймом, Й. Хейзінгою, К. Гірцем [8, 25] і, виходячи з цього, наголошує, що комунікація створює, конструює реальність. Важливо також підкреслити, що Кері нарікає на індивідуалізм, притаманний американському світогляду. Він вважає, що необхідно враховувати, що «здатність до приватного мислення є похідним і вторинним талантом, який з'являється в особистості пізніше... Думка публічна, тому що вона залежить від загальнодоступного запасу символів» [8, 25]. Ми щодня творимо реальність аби потім жити «в межах власного виробництва» [8, 26].

«Ми не тільки створюємо реальність, — веде далі дослідник, — але й маємо зберегти те, що створили, тому що завжди приходять нові покоління, для яких створене нами є проблематичним» [8, 26]. А, отже, вважає Кері, «ми створюємо, виражаємо та передаємо свої знання та ставлення до дійсності за допомогою конструкції різноманітних символічних систем: мистецтво, наука, журналістика, релігія, міфологія» [8, 26].

Ідею щодо визначальної ролі культури як висококонтекстного явища Дж. Кері проводить і в роботі «Масова комунікація та культурологія» (Mass Communication and Cultural Studies [8, 29–52]): «Слово «культура», яке в своєму антропологічному значенні спрямовує нас до вивчення цілого способу життя, замінено на слово «комунікація», яке спрямовує нас до вивчення одного ізольованого сегменту існування» [8, 32].

До питань співвідношення медіа та ритуалу зверталися фахівці з медіантропології [6]. Так, М. Комон вважає, що мас-медіа є «культурною системою для соціального конструювання реальності» [9, 18]. Таке конструювання, на його дум-

ку, здійснюється за допомогою інструментів, які не є частиною «аргументованої раціональності». Такими інструментами він визначає символічну раціональність. Медіа можна вивчати й описувати, використовуючи такі категорії як міф, ритуал, сакральність, лімінальність. Конструюючи певні образи, медіа розповсюджують їх, а аудиторія сприймає як правильні образи світобудови, суголосні певним нормам, очікуванням і страхам. Ці образи сприймаються саме тому, що вони є символічними конструктами. Отже, *медіа в сучасному суспільстві виконують ту ж роль, що міф та ритуал у суспільствах домодерних*. Комон підкреслює, що таке бачення ролі медіа у суспільстві не означає, що ЗМІ треба «скоротити до пережитків обряду і міфу». Навпаки, необхідно аналізувати окремі медійні кейси з метою «пояснити процеси міфологізації або ритуалізації реальності через медійний дискурс» [9, 20-21].

М. Коман наводить основні напрямки досліджень медіа крізь призму ритуального: по-перше, це медіа як компонент ритуалу, який містить символічне навантаження, а по-друге, медіа може бути «ритуальним агентом», чинником, що виробляє особливі обряди. Щодо першого напрямку, Коман наводить класичний приклад «медіаподій». Згідно з цим підходом, «мас-медіа відіграють таку ж роль відносно соціокультурних явищ, як і відносно церемоній: вони посилюють елемент церемонії — участь аудиторії, престиж посадових осіб або інших акторів, урочистість або суспільне значення події» [9, 21].

У подальшому, за твердженням М. Комана, медіа як компонент ритуалу вивчали переважно або у малих групах у повсякденному житті або у великих колективах під час їхньої соціальної мобілізації. У малих групах дослідники відзначали, що читання газет і перегляд телепрограм спроможні задавати ритми повсякденного життя та встановлювати «щоденну ритуальність». Фіксовані зустрічі з тими самими ток-шоу, зірками визначали як обряди споживання мас-медіа, які здатні «запроваджувати моделі поведінки, генерувати колективну солідарність і навіть пропонувати екзистенційну безпеку». У дослідженнях такого типу під ритуальністю зазвичай розумілася ідентична поведінка в ідентичних випадках, певні акти одночасного сприйняття певних повідомлень [9, 21].

Щодо другого напрямку, М. Коман стверджує, що він є менш дослідженим, але набагато цікавішим. Йдеться про те, що медіа розглядаються як «ритуальні агенти», здатні ритуалізувати певні сегменти суспільного життя. Коман наполягає на тому, що «слід повернутися від вивчення форм висвітлення міфу і ритуалу до дослідження ритуалізації та міфологізації реальності медіа» [9, 22]. Для реалізації цього напрямку, вважає автор, необхідно зосередитися на процесах, за допомогою яких медіа впроваджує ритуалізовану перспективу, а також на способах структурування образу дійсності [9, 23].

Е. Ротенбулер стверджує, що процес секуляризації, який «створив сучасну економіку, уряди і політичні системи, системи освіти та обмежив офіційні релігії їх власними інституційними сферами», не спромігся зробити світ повністю раціональним.

Отже, відносини між людиною і навколишньою реальністю, хоча б і мали цілком світський характер, завжди будуть містити елементи «таємниці, магії та ритуалу», міфологічне сприйняття залишається впливовим «поряд з аналізом причинно-наслідкових зв'язків» [10, 4]. Автор також підкреслює, що в історії дослідження комунікацій постраждала увага до такої категорії як культура. Він пояснює це домінуючим інтересом до індивідуальних ефектів, тим, що уся галузь вивчення комунікацій з 1920-х років і до сьогодні «зосереджена на питанні: чи можуть медіа та масова комунікація виробляти зміни у поглядах, переконаннях і поведінці людей?» Проте у такому підході нема місця культурі [10, 10].

Конкретизації співвідношення медіа й ритуалу також пропонувалися дослідниками. Одним з класичних прикладів є так звані медіаподії, концепція яких запропонована у 1992 році Даяном та Кацем. Вони розуміють медіаподії як медіатизовані ритуали, іншими словами телевізійні публічні церемонії, які відбуваються за принципами змагання, завоювання та коронації [7, 25–53]. На думку авторів такі ритуальні медіаподії призводять до зміцнення солідарності суспільства та легітимації існуючої влади. Медіаподії, які мають ознаки ритуалу, згідно Даяну та Кацу, відрізняються від інших подій, що висвітлюють медіа, такими ознаками як обов'язкова пряма трансляція, перерва і повсякденності, спланованість і певний сценарій, значну аудиторію, очікування перегляду, урочистість, солідарність. Такі події підтримують соціальний порядок [7, 32].

Висновки й перспективи дослідження.

Таким чином, підводячи підсумки, можна констатувати, що розуміння так званої «ритуальної моделі» варто розуміти дещо ширше, ніж підтримка спільних цінностей соціуму завдяки медіа-повідомленням. Йдеться про розуміння особливостей культури, її спільних маркерів, спільних цінностей, які лише відбиваються у медіа. Важливим також є те, що сучасна культура не є виключно раціональною за світосприйняттям і медіа відбивають цю тенденцію. З іншого боку, медіа можуть самі ставати «ритуальними агентами», підсилюючи саме ритуальне сприйняття навколишнього світу за рахунок «перерви у повсякденності».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
2. Козир Ю. Соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в мас-медійному контенті: автореф. дис... канд. наук із соц. комунік. Дніпропетровськ, 2015. 20 с.
3. Косюк О. Теорія масової комунікації. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с.
4. Петрушкевич М. Ритуальна модель масової релігійної комунікації та нові медіа. *Гілея* : науковий вісник. 2019. Вип. 140 (1). Ч. 2. С. 78–82.

5. Різун В. Теорія масової комунікації. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
6. Тхоржевська Т. Досвід медіаантропології у дослідженні медіавпливу. *Obraz*, 2023. Vol. 1 (41). pp. 6–15. URL: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1\(41\)-6-15](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1(41)-6-15) (дата звернення: 10.09.2024).
7. Dayan D.; Katz E. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1992. 306 s. <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/6815/6833> (дата звернення: 15.10.2024).
8. Carey J. *Communication as Culture. Essays on Media and Society. Revised Edition*. New Foreword by G. Stuart Adam. New York : Taylor & Francis Group, 2009. 203 s. URL: [https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/653630/mod_resource/content/0/b%20-%201989%20-%20Carey%20-%20communication%20as%20a%](https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/653630/mod_resource/content/0/b%20-%201989%20-%20Carey%20-%20communication%20as%20a%20) (дата звернення: 10.09.2024).
9. Coman M. *Media Anthropology: An Overview*. EASA Media Anthropology Network E-Seminar Series. May 17–24, 2005. URL: <https://easaonline.org/downloads/networks/media/05p.pdf> (дата звернення: 18.12.2022).
10. Rothenbuhler E. *Media Anthropology as a Field of Interdisciplinary Contact*. EASA Media Anthropology Network E-Seminar October 22 — November 5, 2008. URL: <https://easaonline.org/downloads/networks/media/25p.pdf> (дата звернення: 15.12.2022).

UDC 070:304.36

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318432>

RITUAL MODEL OF COMMUNICATION: INTERPRETATIONS AND APPLICATIONS

Tetiana Tkhorzhevskya,

PhD (History), Associate Professor,
Head of the Department of New Media and Media Design,
Faculty of Journalism, Advertising, and Publishing,
Odesa I. I. Mechnikov National University
e-mail: tvchor@gmail.com
ORCID iD: 0000-0002-4696-4636

An important part of the theory of mass communications is made up of the so-called models of mass communication. Usually, researchers distinguish four types of models — transmission, ritual, attention-grabbing and reception. This work is devoted

to the ritual model. Usually, the ritual model of communication is associated with the name of James W. Carey; it is believed that the message in this model "is not an act of sending information, but a public expression of support for social beliefs" [5, 220]. The article pays attention to J. Carey's own explanations, who emphasized not so much ritual and the formation of social solidarity as the category of "culture". Carey emphasizes the absence of contradiction between the transmission and ritual views on the transmission of information. The ritual view does not exclude the processes of information transmission. He only claims that it is impossible to correctly understand these processes without understanding the cultural context in which information activity takes place. American science in the field of communications does not pay attention to culture, because, according to Carey, it is so accustomed to the surrounding that it does not notice the usual. But the task of social sciences is to pay attention to the usual.

The concepts of specialists in the field of media anthropology are considered. For example, the work of M. Komon deals with the ability of the media to ritualize social life; in his opinion, the media in modern society perform the same role as myth and ritual in pre-modern societies. E. Rotenbuhler argued that the relationship between a person and the surrounding reality always contains elements of ritual. As for attempts to apply the model in practice, in this work they are limited to considering the classic work of Dayan and Katz, which is devoted to media events: public ceremonies with all the signs of ritual that are broadcast on television.

Keywords: ritual model of communication, ritual, media, culture.

REFERENCES:

1. Ivanov, V. (2010) *Osnovni teorii masovoi komunikatsii i zhurnalistyky* [Basic theories of mass communication and journalism]. 258 s. [in Ukrainian].
2. Kozyr, Yu. (2015) *Sotsiokulturni smysly kontseptualnoi modeli Ukraina-Rosii v mas-mediinomu kontenti* [Sociocultural meanings of the Ukraine-Russia conceptual model in media content]: abstract of the dissertation of PhD in social communications. 20 s. [in Ukrainian].
3. Kosiuk, O. (2012) *Teoriia masovoi komunikatsii* [Mass communication theory]. 384 s. [in Ukrainian].
4. Petrushkevych, M. (2019) *Rytualna model masovoi relihiinoi komunikatsii ta novi media* [The ritual model of mass religious communication and new media]. *Hileia : naukovii visnyk*. Vol. 140 (1). Part. 2. pp. 78–82 [in Ukrainian].
5. Rizun, V. (2008) *Teoriia masovoi komunikatsii* [Theory of Mass Communication]. 260 s. [in Ukrainian].
6. Tkhorzhevska, T. (2023) *Dosvid mediaantropologii u doslidzhenni mediavplyvu* [The experience of media anthropology in the study of media influence]. *Obraz*.

- Vol. 1(41). pp. 6–15. URL: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1\(41\)-6-15](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1(41)-6-15) (accessed: 10.09.2024) [in Ukrainian].
7. Dayan, D.; Katz E. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge. 306 s. URL: <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/6815/6833> (accessed: 15.10.2024).
 8. Carey, J. (2009) *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Revised Edition. New Foreword by G. Stuart Adam. 203 s. URL: https://dl1.cuni.cz/plugin-file.php/653630/mod_resource/content/0/b%20-%201989%20-%20Carey%20-%20communication%20as%20a%20 (accessed: 10.09.2024).
 9. Coman, M. (2005) *Media Anthropology: An Overview*. URL: <https://easaonline.org/downloads/networks/media/05p.pdf> (accessed: 18.12.2022).
 10. Rothenbuhler, E. (2008) *Media Anthropology as a Field of Interdisciplinary Contact*. URL: <https://easaonline.org/downloads/networks/media/25p.pdf> (accessed: 15.12.2022).