

Голобородько Олег Олегович,

здобувач

Київського національного університету

культури і мистецтв

orcid.org/0009-0003-4276-8819

ogoloborodko.tv@gmail.com

ГЕРОЇЗАЦІЯ ІНФЕРНАЛЬНОГО ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

У статті розглянуто проблематику використання інфернальних образів в сучасних аудіовізуальних формах медіакультури в контексті феномену героїзації. Простежено причини звернення творців аудіовізуальної медійної продукції до героїзації інфернальних істот та виявлено причини привабливості інфернального героя в масовій культурі XXI ст. Констатовано, що інфернальний нарратив сучасної медіакультури характеризується розвинутою архаїчною структурою. Дослідження виявило, що в представлених у сучасному медіапросторі аудіовізуальних творах спостерігається трансформація традиційних інфернальних образів у контексті руйнування персоніфікованих категорій добра та зла. Представлені в проаналізованих телевізійних серіалах західного виробництва та вітчизняних рекламних відеороликах інфернальні образи подано творцями як естетично привабливі, позитивні та харизматичні. Героїзація інфернального в аудіовізуальних творах сучасної медіакультури – процес, що відбувається в парадигмі неоміфологізму, властивого суспільству початку XXI ст. Великою мірою це зумовлено специфікою сприйняття людиною сучасних філософсько-естетичних, інформаційно-комунікаційних, культурних, соціальних та інших тенденцій.

Ключові слова: інфернальність, героїзація, медіакультура, аудіовізуальні твори, неоміфологізм, постмодернізм.

Holoborodko Oleg,

applicant

Kyiv National University

culture and arts

orcid.org/0009-0003-4276-8819

ogoloborodko.tv@gmail.com

HEROIZATION OF THE INFERNAL AS A TENDENCY OF MODERN MEDIA CULTURE

The article examines the problems of using infernal images in modern audiovisual forms of media culture in the context of the phenomenon of heroization. The reasons for the appeal of the creators of audiovisual media products to the heroization of infernal beings are traced, and the reasons for the attractiveness of the infernal hero in the mass culture of the 21st century are revealed. It was established that the infernal narrative of modern media culture is characterized by a developed archaic structure. The study revealed that the transformation of traditional infernal images in the context of the destruction of the personified categories of good and evil is observed in the audiovisual works presented in the modern media space. The infernal images presented in the analyzed television series of Western production and domestic advertising videos are presented by the creators as aesthetically attractive, positive and charismatic. The heroization of the infernal in audiovisual works of modern media culture is a process that takes place in the paradigm of neo-mythologism, characteristic of the society of the beginning of the 21st century. To a large extent, this is due to the specifics of human perception of modern philosophical-aesthetic, information-communication, cultural, social and other trends.

Key words: infernality, heroization, media culture, audiovisual works, neomythologism, postmodernism.

Постановка проблеми та її актуальність.

На сучасному етапі роль медіакультури в конструюванні героїв набуває безпрецедентних масштабів. За доби медіатизації, коли засоби масової інформації та соціальні мережі відіграють центральну роль у формуванні всіх галузей життя, питання героїзації не виключаються з впливу медіа, рівною мірою як і проголошення героїв та героїзму. Таким чином будь-яке дослідження соціокультурного конструювання героїв і героїзму в сучасному суспільстві буде неповним без аналізу ролі медіа. Героїчний міф відповідно до особливостей сучасної медіакультури реалізується в межах парадигми неоміфологізму, специфікою якої разом із багатоплановим використанням античних та біблійних сюжетів, створення авторських міфів, інтерпретації основних онтологічних констант, є тенденція до героїзації інфернального, що актуалізує дослідження означеної проблематики з позицій сучасної культурології.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика інфернального в сучасній медіакультурі так чи інакше розглядалася в публікаціях українських науковців-гуманітаристів. Так, наприклад, дослідженню аспектів інферналізації віртуального світу в українському літературному кіберпанку присвячена стаття Н. Букіної (2023), психоаналітичне підґрунтя образів чорта та домовика в міфології Закарпаття аналізує О. Тиховська (2020), особливості демонізації жінки в українській міфологічній традиції виявляє С. Щербинін (2013). Значну увагу дослідженню проблематики героїзму та героїки приділено Д. Вороніком, О. Газізовою, Ж. Денисюк В. Кротюк, В. Шусть та ін. Одним із найменш досліджених питань наразі лишається особливості репрезентації інфернальних персонажів у медіакультурі, їх популяризація та героїзація.

Мета статті – виявити особливості героїзації інфернальних образів у сучасній медіакультурі.

Виклад основного матеріалу. Термін медіакультура вперше було використано на межі ХХ–ХХІ ст., проте через багатоаспектність та багатозначність означуваного ним поняття його дефініція продовжує перебувати в полі зору представників різних гуманітарних наук, оскільки не отримало загальноприйнятого сенсового визначення та тематичної завершеності.

Л. Змій наголошує на тому, що в загальному сенсі медіакультура, включно з екранною, аудіовізуальною, електронною та кіберкультурою, є «унікальним «кодом» інформаційної епохи, за допомогою якого передається інформація про навколишнє середовище та формується нове мислення» (2010, с. 102).

Медіакультура на сучасному етапі є визначальною мірою рівня розвитку особистості, яка здатна адекватно сприймати, критично осмислювати та аналізувати медіатексти, розширюючи власні знання про медіапростір, а також опановувати культуру сприйняття та передачі в ньому інформації.

Поширюючи технологічно досконалі видовища, з метою привернення уваги аудиторії, медіакультура посилює власний вплив на суспільство та прибуток культурних індустрій. Інноваційні медійні продукти, в яких поєднано цифрові форми радіо, телебачення, кіноіндустрії та розваг стають видовищами технокультури, посилюють видовищну форму медіакультури (Kellner, 2005, с. 59).

Сучасна медіакультура популяризує в більшості продукти масової культури, одними з популярних образів в якій є інфернальні образи. В теоретико-практичному дискурсі інфернальне (від латин. *Infernalis* – підземний, те, що відбувається в пеклі) розглядається як демонічне, пекельне, диявольське. Власне вперше використання слова «інферно» в значенні «пекло» належить середньовічному італійському поету Данте Аліг'єрі (Pelletier, 2020, с. 15). На думку К. Ветерса, поняття «демонічне» не має єдиного визначення (або навіть набору визначень), а насамперед є оперативним терміном і засобом різноманітних видів раціоналізації. На його думку, слово «демон» можна розуміти як субстанціалізовану або персоніфіковану силу, включаючи можливість того, що він може об'єднати сукупність різноманітних сил. Якщо цю субстанціалізацію не сприймати буквально як реально існуючу чи уявну сутність із заданим зовнішнім виглядом, специфічними атрибутами та мотивацією, тоді її можна розуміти лише як субстанціалізацію або раціоналізацію або колективізацію іншої сили (або сил) (Wetters, 2014, с. 8).

Дослідники наголошують, що ця тенденція є наслідком продукування неоміфологічних образів у медіапросторі – в сучасні масовій

культури модель героя формується відповідно до бриколажного принципу, наприклад, зберігаючи межі естатологічної парадигми християнської міфології творцями синтезовано її основні елементи з інноваційно-комунікаційними технологіями, за умови ігнорування структури архаїчного міфу (Stroeva, 2019, с. 118).

За К. Юнгом, уява та фантазія людини, виражені архетиповими структурами, проходять відомими сюжетними лініями. На думку філософа, кожна людини наділена спільним для цивілізації психічним спадком, що існує в будь-якому часопросторі та культурі (Jung, 1968). Відповідно архетипи давніх міфів, як психологічне утворення, спадковість, яку людина отримує генетично, але інтерпретує відповідно до власного емоційного досвіду, можуть бути важливими для сучасної міфотворчості, що сповнена новими сенсами. Так, зокрема негативні якості інфернальних образів, характерні архетипічним уявленням в більшості світових культур, набувають контрсенсів, що відповідно перетворює ці образи на сучасних культурних героїв.

На відміну від традиційної культури, в якій інфернальні персонажі однозначно позиціювалися як загроза людським душам, в сучасній медійній культурі вони репрезентовані як надзвичайно неоднозначні постаті. Так, наприклад, майже карикатурне зображення диявола в сучасній масовій культурі великою мірою нівелювало здатність цього персонажа загрожувати і лякати. Ця двозначність відповідає нехристиянським та прадавнім уявленням про демонів. Так, наприклад, на Близькому Сході демони сприймалися як добрі, злі або нейтральні. Гранічність та амбівалентність таким чином були суттєвими характеристиками інферального до виникнення християнства, яке визначило демонічне як однозначне зло. Ісламські традиції також підтримують давнє дуальне зображення інферального – демони і диявол можуть бути як доброзичливими, так і ворогами людини. Суфійський (містичний) іслам зображує Ібліса (Сатану) як трагічного героя – він не послухався Божого наказу янголам схилитися перед новоствореним Адамом, тому що віддав перевагу монотеїзму над послухом (Allouche, O'Donnell, 2022). Водночас суфійське застереження не повертатися спиною до демонів, оскільки як тільки їх вважають мертвими,

вони піднімаються і вдаряють у спину, засвідчує амбівалентність інферального. В мусульманських громадах Середземномор'я і за його межами джини – духи, які можуть бути доброзичливими або злими – залишаються частиною життя завдяки культурній спадщині та релігійній традиції. Коран зображує джинів як інтелектуальний вид, поряд з людьми та янголами. Цей релігійний і культурний контекст також сильно впливає на уявлення про здоров'я та хвороби. Наприклад, уявлення про одержимість джинами можна побачити в мусульманських суспільствах, а також у Великобританії, серед громад Пакистану, Бангладеш, Близького Сходу чи Північної Африки.

У перші десятиліття XXI ст. інферальні персонажі масово стають героями фільмів та телевізійних серіалів, а їх образи зазвичай повторюють неоднозначні давні та нехристиянські характеристики.

Наприклад, у телевізійному серіалі в жанрі фентезі, драми та кримінал «Люцифер» (режисери Н. Хоуп, Е. Егілссон, Л. Міліто, США, 2016-2021 рр.), головний герой якого могутній король Пекла Люцифер Монінгстар відмовляється від правління, набуває образ харизматичного молодого чоловіка і оселяється в сучасному Лос-Анджелесі, керуючи нічним клубом і співпрацюючи з місцевими поліцейськими як консультант, допомагаючи їм в розслідуванні вбивств. Варто зауважити, що в даному творі сучасної медіакультури, як і в багатьох інших, інферальні образи взяті з інших творів масової культури. Зокрема головний герой Люцифер взятий із всесвіту графічного роману Н. Геймана «Пісочна людина», який нещодавно був екранізований, а його образ в свою чергу створений на основі епічної поеми Джона Мільтона «Втрачений рай» 1667 р. (Allouche, O'Donnell, 2022). Зображення Дж. Мілтоном Диявола, який бореться зі своїм прокляттям, надихнуло інших на творче переосмислення теми свободи, влади, справедливості, що зумовило зображення головного інферального персонажа морально амбівалентним, навіть героїчним способом. Окрім просто образів зла, демони стали мистецькими мотивами для дослідження боротьби за свободу волі, протистояння тиранії та подолання горя.

Не менш показовими прикладами героїзації інферального є комедійний серіал «Добрі

знаки» (режисер Д. Маккіннон, США, Великобританія, 2019–2023 рр.), в якому головний герой янгол Азірафаль приятелює з демоном, а коли людській цивілізації загрожує Апокаліпсис, об'єднується з ним у спільній боротьбі проти Зла; мелодрама, фентезі, драма, комедія «Гоблін» (режисер Лі Ін-Бок, Південна Корея, 2016 р.), головний герой якого магична істота корейських казок Токкебі наділений вічним життям і можливістю вселятися в людину через артефактні предмети; телешоу «Моторошні пригоди Сабріни» (режисер Р. Сеіден-гленз, М. Кілі, Л. Крігер, США, 2018–2020 рр.), в якому диявол одночасно є об'єктом відданості кількох основних персонажів і головним антагоністом та ін.

В сучасній українській медіакulturі героїзація інфернального чи не найбільше репрезентована у рекламних відеороликах. Так, наприклад, відповідно до тенденції героїзації інфернального персонажами яскравих рекламних відео онлайн-казино Cosmolot з 2022 р. («Чорт радіє і слава Богу», «Пеклоінформ від Cosmolot», «Палімо вату разом з Cosmolot», «Перемагають сильні духом», «Дрони як драгони», «The Дрони» та ін.) є харизматичні чорти та чортівки, які постають у ролі кухарів, будівельників, пілотів і стюардеси («Cosmolot Airlines»), вчительки («Плекаймо мову! Готуймо перемогу!»), супергероя («Соловеймен») та ін. Варто зазначити, що кожне відео відсилає до певного продукту масової культури. Реалізуючись в межах парадигми постмодернізму в цих аудіовізуальних творах використовується цитата як основний механізм реалізації інтертекстуального змісту культури – вона постає основним засобом поєднання історичного і традиційного в культурі з інноваційним та авангардним (Richards, 2015, с. 81).

Таким чином, можна констатувати певну трансформацію традиційних інфернальних образів у сучасному суспільстві – відбувається своєрідне зміщення персоналізованих

категорій добра та зла. Глядач, незважаючи на сформовані протягом тисячолітньої історії розвитку людства уявлення про інфернальне як про «уособлення злої іпостасі самої природи» (Тиховська, 2020, с. 59), позитивно сприймає медіатизовані інфернальні образи. На думку дослідників, важливу роль «у репрезентації інфернальності грають філософські ідеї постмодернізму, що віддзеркалюють кризові настрої розчарування світом та найгостріші страхи епохи» (Букіна, 2023, с. 145).

Отже, однією з тенденцій сучасної медіакulturі є продукування та популяризація естетично привабливих інфернальних образів. У свою чергу це зумовлює зміну етичних норм сучасного соціокультурного простору, оскільки формування позитивного образу представника демонічного світу, який в межах християнської міфології апріорі є негативним, призводить до перетворення системи ціннісних координат. Особливо це стосується молодого покоління, яке є основним споживачем масового культурного продукту, опосередкованого медіа та ідентифікує себе з інфернальними персонажами.

Висновки. Дослідження виявило, що в представлених у сучасному медіапросторі аудіовізуальних творах спостерігається трансформація традиційних інфернальних образів у контексті руйнування персоналізованих категорій добра та зла. Представлені в проаналізованих телевізійних серіалах західного виробництва та вітчизняних рекламних відеороликах інфернальні образи подано творцями як естетично привабливі, позитивні та харизматичні. Героїзація інфернального в аудіовізуальних творах сучасної медіакulturі – процес, що відбувається в парадигмі неоміфологізму, властивого суспільству початку ХХІ ст. Великою мірою це зумовлено специфікою сприйняття людиною сучасних філософсько-естетичних, інформаційно-комунікаційних, культурних, соціальних та інших тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Букіна, Н. (2023). Інферальність віртуального (кібернетичного) світу в сучасному українському літературному кіберпанку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія*, 59, 1, 141–145.
2. Змій, Л. М. (2010). Сучасна медіакultura регіону: проблеми становлення. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*, 891, 100–104.
3. Тиховська, О. М. (2020). Психоаналітичне підґрунтя образів чорта та домовика в міфології Закарпаття. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 31(70), 2, 4, 58–65.

-
4. Щербинін, С. В. (2013). Особливості демонізації жінки в українській міфологічній традиції. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 95–99.
 5. Allouche, Z. H., O'Donnell, S. J. (7.03.2024). From QAnon to The Sandman: how demons found a place in popular culture. URL : <https://theconversation.com/from-qanon-to-the-sandman-how-demons-found-a-place-in-popular-culture-193363>.
 6. Jung, C. G. (1968). *Archetypes and the Collective Unconscious*. New York: Bollingen Foundation Inc., 9, 1.
 7. Kellner, D. (2005). Media Culture and the Triumph of the Spectacle. *Fast Capitalism*, 1, 58–71.
 8. Pelletier, A. W. (12.03.2024). A Century in Dante Research: Morals, Politics, and Philosophy in Dante Alighieri's *Inferno*. Thesis. 56 p. URL : <https://annamaria.edu/wp-content/uploads/2021/06/Audhinn-Pelletier-Fall-2020.pdf>.
 9. Richards, S. L. (2015). From Quotation, through Collage, to Parody: Postmodernism's Relationship with Its Past. *Perspectives of New Music*, 53, 1, 77–97.
 10. Stroeve, O. (2019). The 'hero archetype' in the neo-mythological context of contemporary screen culture. *Journal of Flm Arts and Film Studies*, 11, 116–126.
 11. Wetters, K. (2014). *Demonic history : from Goethe to the present*. Northwestern university press, Evanston, Illinois.

Reference:

1. Bukina, N. (2023). Infernalnist virtualnoho (kibernetychnoho) svitu v suchasnomu ukrainskomu literaturnomu kiberpanku. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. Ser. : Filolohiia, 59, 1, 141–145 [in Ukrainian].
2. Zmii, L. M. (2010). Suchasna mediakultura rehionu: problemy stanovlennia. *Visnyk Kharkovskoho natsyonalnoho unyversytetu imeni V. N. Karazina*, 891, 100–104 [in Ukrainian].
3. Tykhovska, O. M. (2020). Psykhoanalitичne pidgruntia obraziv chorta ta domovyka v mifolohii Zakarpattia. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho*. Serii: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii, 31(70), 2, 4, 58–65 [in Ukrainian].
4. Shcherbynin, S. V. (2013). Osoblyvosti demonizatsii zhinky v ukrainskii mifolohichnii tradytsii. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, 2, 95–99 [in Ukrainian].
5. Allouche, Z. H., O'Donnell, S. J. (7.03.2024). From QAnon to The Sandman: how demons found a place in popular culture. URL : <https://theconversation.com/from-qanon-to-the-sandman-how-demons-found-a-place-in-popular-culture-193363> [in English].
6. Jung, C. G. (1968). *Archetypes and the Collective Unconscious*. New York: Bollingen Foundation Inc., 9, 1 [in English].
7. Kellner, D. (2005). Media Culture and the Triumph of the Spectacle. *Fast Capitalism*, 1, 58–71 [in English].
8. Pelletier, A. W. (12.03.2024). A Century in Dante Research: Morals, Politics, and Philosophy in Dante Alighieri's *Inferno*. Thesis. 56 p. URL : <https://annamaria.edu/wp-content/uploads/2021/06/Audhinn-Pelletier-Fall-2020.pdf> [in English].
9. Richards, S. L. (2015). From Quotation, through Collage, to Parody: Postmodernism's Relationship with Its Past. *Perspectives of New Music*, 53, 1, 77–97 [in English].
10. Stroeve, O. (2019). The 'hero archetype' in the neo-mythological context of contemporary screen culture. *Journal of Flm Arts and Film Studies*, 11, 116–126 [in English].
11. Wetters, K. (2014). *Demonic history : from Goethe to the present*. Northwestern university press, Evanston, Illinois [in English].