

НАРРАТИВЫ В МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ МИФОВ

Гульноза Нажмиддинова

Магистрант, Национального университета Узбекистана

E-mail: kaori150390@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье проводится анализ понятий «нарратив» и «миф» в условиях современной медиасреды. Автор классифицирует нарративы по их целям, изучает архетипы персонажей.

Ключевые слова: нарратив, миф, архетип, медиа, коммуникация, влияние масс-медиа

ABSTRACT

The article analyzes the concepts of "narrative" and "myth" in the conditions of the modern media environment. The author classifies narratives according to their goals, studies the archetypes of characters.

Keywords: narrative, myth, archetype, media, communication, influence of mass media

Абсолютно центральная роль мифа в нашей жизни не нуждается в объяснении или уточнении. И все же это так, сейчас больше, чем когда-либо.

Не совсем ясно, что мы подразумеваем под «мифом», если только мы не хотим просто поиграть в семантику. Мифы кажутся не просто историями, ибо разве некоторые истории не являются мифами, а другие - нет? Может быть. Однако истории, которые мы рассказываем себе и друг другу, могут стать мифами. Все, что мы можем с уверенностью сказать с самого начала, - это то, что мифы коллективизируют наше самоощущение. Недостаточно того, что мы знаем историю, важно то, что каждый знает и может сориентироваться в отношении нашей интерпретации. Не существует статичной, кодифицированной интерпретации любого текста, и право иерархизировать или приоритизировать интерпретацию является центральным принципом традиции.

Вне тайных рамок семиотиков, таких как Ролан Барт, который подходит к предмету в своей книге «Мифология» так, как можно было бы подготовить образцы в музее, на удивление трудно провести четкое различие между «историей», «нарративом» и «мифом». Возможно, истории — это просто мифы,

которые не приобрели мифологического значения. резонанс. Это часто используемый, но совершенно расплывчатый способ сказать, что это истории, которые еще не проросли из семени какого-то коллективного убеждения. Но, по сути, мифы, истории и нарративы сделаны из одного и того же материала. Истории, которые мы рассказываем себе, истории, которые мы рассказываем друг другу, истории, которые мы рассказываем о том, что означают эти истории, и так далее.

«Миф» означает «из уст в уста». В современном обществе, где то, что распространяется, ткань, сотканная из мемов. «История» подразумевает серию событий. «Повествование» кажется каким-то образом одновременно менее и более грандиозным и может охватывать и то, и другое. Эти различия еще больше разрушаются в руках теоретиков нарратива и семиотиков в зависимости от уровня опосредования⁵⁸.

Мифы наполняют все культуры и оказывают глубокое, хотя и скрытое, влияние на нашу жизнь разными способами. Мы должны проводить различие между историями, то есть нарративами, и средствами массовой информации, которые делают эти истории доступными для людей. Дело в том, что нарративы того или иного рода пронизывают средства массовой информации. Например, в своей книге «Эпоха телевидения» Мартин Эсслин в 1982 году подсчитал, что средний телезритель мужского пола просматривает более 12 часов драматических повествований в неделю, а средняя женщина смотрит почти 16 часов драматических повествований в неделю. Он предположил, что средний американец «смотрит эквивалент пяти-шести полнометражных спектаклей в неделю»⁵⁹. Это потому, что, объясняет он, телевидение — самое популярное средство массовой информации — опирается на повествования и по существу драматично. Он пишет: «На самом очевидном уровне телевидение является драматическим средством просто потому, что большая часть материала, который оно передает, представляет собой традиционную драму, миметически представленную актерами и использующую сюжет, диалоги, характеры, жесты, костюмы — весь арсенал драматических выразительных средств»⁶⁰.

Мы плаваем, как рыбы, в море нарративов — или, используя метафору французского критика Мишеля де Серто, мы идем весь день и каждый день через лес нарративов. Как объясняет де Серто в «Практике повседневной жизни»: «С утра до вечера рассказы постоянно бродят по улицам и зданиям. Они

⁵⁸ Arthur Asa Berger "Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life", P147

⁵⁹ Бергсон А. Творческая эволюция // Хрестоматия по западной философии: учебное пособие /сост., авт. предисл. и вступит. ст. Н.И. Фокина; под ред. В.И. Кириллова. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. 544 с. С.168-193.

⁶⁰ Arthur Asa Berger "Media, Myth and Society", 2008 – P.29

артикулируют наше существование, обучая нас тому, чем оно должно быть. наши легенды (легенды, что читать и говорить) из него. Захваченный радио (голос закон) как только он просыпается, слушатель целый день идет через лес нарративов из журналистики, рекламы, и телевизионные нарративы, которые еще находят время, пока он готовится ко сну, чтобы подсунуть несколько заключительных посланий под порталы сна. Эти истории даже в большей степени, чем Бог, о котором говорили богословы прежних дней, имеют провиденциальную и предопределяющую функцию. : они заранее организуют нашу работу, наши праздники и даже наши мечты. Социальная жизнь умножает жесты и способы поведения, (отпечатанные) нарративными моделями, она непрерывно воспроизводит и накапливает «копии» историй. Наше общество стало обществом рассказываемым в трех смыслах: оно определяется рассказами (рассказами, баснями, созданными нашими рекламными и информационными средствами), цитатами рассказов и бесконечным повторением рассказов»⁶¹.

Кажется, что мы сочиняем истории и любим истории, и эти истории не просто развлекают и развлекают нас — они учат нас жизни, предлагают модели для подражания, а в некоторых случаях они могут укрепить наше потрепанное эго. Итак, есть веская причина, по которой нарративы так дороги нам. Как мы увидим, многие из этих нарративов опираются на древние мифы в модернизированной и замаскированной форме.

Рассказы всех жанров пронизывают нашу жизнь — от разговоров с друзьями до телевизионных драм и фильмов, которые мы смотрим. Именно рассказы учат нас о Дьяволе, о Боге и обо всем, что между ними. Было бы не так уж далеко от истины, если предположить, что помимо того, что мы *homo ludens*, мы также являемся *homo narrans* — мужчинами и женщинами, рассказывающими истории. И, как мы увидим, многие из этих нарративов в той или иной степени основаны на классических мифах. Теперь мы коснёмся различных аспектов нарративов и предположим, что, по сути, все истории являются вариациями нарративов, которые так опьяняют нас в молодости, — мифов и сказок. Мы рассматриваем формальные аспекты жанров, а также утверждаем, что, вообще говоря, в наших историях всех видов скрыты мифические элементы. Мы находим мифологические следы в элитарном искусстве, в массовой культуре и даже в повседневной жизни, потому что, хотя мы думаем логически (по крайней мере, некоторые люди делают это некоторое время), мы живем мифически, хотя обычно не осознаем, что это так. . Возможно,

⁶¹ Arthur Asa Berger "Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life", 1994 – P. 184

это связано с тем, что многие из этих мифов укоренились глубоко в нашем бессознательном и недоступны для проверки нами.

Мы должны помнить, что сказки — это разновидность рассказа — или, говоря языком медиакритики, жанр — французское слово, означающее «добрый» или «типовой». В своем эссе «Телевизионные образы, коды и сообщения» Дуглас Келлнер обсуждает жанры и их роль в нашей массовой культуре:

«Жанр состоит из закодированного набора формул и условностей, которые указывают культурно принятый способ организации материала в определенные паттерны. Однажды установленные жанры диктуют основные условия культурного производства и восприятия. Например, в криминальных драмах неизменно присутствует насильственное преступление, поиск виновных, а часто и погоня, драка или кровавое устранение преступника, передающее сообщение «преступление не окупается». Зритель начинает ожидать этих предсказуемых удовольствий, и складывается «кодекс» криминальной драмы, закрепленный в постановочных и студийных текстах и практиках»⁶².

Эти условности облегчают понимание аудиторией того, что происходит в тексте, а писателям легче создавать эти тексты, поскольку они могут исходить из определенных ожиданий со стороны аудитории и использовать формулы с небольшими вариациями, чтобы удовлетворить эти ожидания. В нашей повседневной жизни мы часто принимаем решения о том, какие телешоу смотреть, какие фильмы смотреть или в видеоигры играть, основываясь на том, как мы можем себя чувствовать, или на определенных притягательных моментах, которые представляет для нас жанр. И мы решаем смотреть определенные телевизионные программы или ходить на определенные фильмы отчасти из-за того, что этот жанр доставляет нам удовольствие. По сложным причинам люди пристрастились к определенным типам историй. Когда мы дети, сказки очень важны для нас, потому что, как объяснил Бруно Беттельхейм в «Использовании чар», сказки имеют большую терапевтическую ценность для детей. Когда мы становимся старше и более сложными существами, мы переходим к более сложным историям, таким как мифы, с разными персонажами, которые приносят разные виды удовлетворения.

Здесь мы предлагаем таблицу с перечислением некоторых из наиболее важных жанров удовольствия, которые доставляют аудитории (Таблица 1). Подход «Использование и удовлетворение» к текстам, передаваемым через

⁶² Бергсон А. Творческая эволюция // Хрестоматия по западной философии: учебное пособие /сост., авт. предисл. и вступит. ст. Н.И. Фокина; под ред. В.И. Кириллова. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. 544 с. С.168-193.

СМИ, фокусируется на социальном использовании аудиторией текстов, которые они видят, и психологическом удовлетворении, которое эти тексты обеспечивают, в отличие от сосредоточения внимания на эффектах воздействия текстов и жанров.

Таблица 1.

Потребность	Жанры
Удовлетворение любопытства и потребности в информации и знаниях	<i>документальные фильмы, новостные передачи, ток-шоу, викторины</i>
Развлечение	<i>комедии положений, комедийные шоу</i>
Отождествление самого себя с божеством и божественным	<i>религиозные шоу</i>
Укрепление веры в справедливость	<i>полицейские шоу, законные шоу</i>
Укрепление веры в романтическую любовь	<i>любовные романы, мыльные оперы</i>
Заместительное участие в истории	<i>события в СМИ, спортивные шоу</i>
Потребность в наблюдении за злодеями в действии	<i>полицейские шоу, приключенческие шоу</i>
Получить выход для сексуальных влечений без чувства вины	<i>порнография, показы мод, реклама, мыльные оперы</i>
Потребность в страхе	<i>шоу ужасов</i>
Найти моделей для имитации	<i>ток-шоу, боевики, церемонии награждений, спортивные шоу, рекламные ролики.</i>
Потребность в эстетическом удовольствии	<i>шоу путешествий, художественные шоу, культурные шоу (симфонические концерты, опера, балет)</i>

В таблице 1 мы имеем дело с жанрами, а не с отдельными текстами, и предлагаем различные варианты использования и удовлетворения, которые предоставляют жанры.

Одна из трудностей подхода «использование и удовлетворение» заключается в том, что очень трудно количественно оценить использование людьми жанров и связать события в данном тексте с тем или иным удовлетворением. Тем не менее, совершенно очевидно, что люди слушают мыльные оперы по радио и смотрят мыльные оперы по телевидению, потому что они доставляют своим зрителям ряд удовольствий⁶³.

Нарратив – это история, а истории рассказывают о вещах, которые произошли или происходят с людьми, животными, пришельцами из космоса, насекомыми - кем угодно. То есть история содержит последовательность событий, что означает, что повествования происходят в течение или, если быть более точным, в течение какого-то периода времени. Этот период времени может быть очень коротким, как в детской сказке, или очень длинным, как в некоторых романах и эпосах. Многие истории имеют линейную структуру, которая может быть представлена следующим образом:

$$A \rightarrow B \rightarrow V \rightarrow \Gamma \rightarrow D \rightarrow E \rightarrow \ddot{E} \rightarrow \text{Ж}$$

В этом случае А ведет к Б, который ведет к В, и так далее, пока история не закончится на Ж.

Однако истории не всегда должны следовать прямым линиям; они также могут двигаться по кругу или в других конфигурациях

Как упоминалось ранее, повествования пронизывают нашу жизнь. Когда мы маленькие дети, наши матери и отцы (и другие люди) поют нам колыбельные и другие песни и учат нас читать детские стишки, а когда мы становимся старше, нам читают сказки и другие истории, и в конце концов мы сами учимся читать истории. Эти истории играют важную роль в нашей жизни.

Например, Бруно Беттельхайм предположил, что сказки на самом деле помогают детям справляться с психологическими проблемами. Он утверждает, что сказки могут генерировать сообщения для сознательного, предсознательного и бессознательного разума человека — в зависимости от того, на каком уровне человек функционирует в данный момент времени. Сказки имеют дело с проблемами, которые универсальны и, как правило, занимают ум ребенка. Они имеют значение для эго ребенка и способствуют его развитию; в то же время они снимают предсознательное и бессознательное давление, которое может испытывать ребенок. Кроме того, они признают давление, которое может

⁶³ Arthur Asa Berger “Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life”, 1994 – P. 184

испытывать ребенка, и показывают ему способы удовлетворения этого давления, приемлемые для его или ее эго и суперэго.

Беттельхайм использует типологию Фрейда (его «структурную гипотезу»), в которой он предполагает, что человеческая психика состоит из трех компонентов: ид, которое примерно соответствует влечениям и импульсам; суперэго, которое можно приравнять к чувству вины, совести и моральным чувствам; и эго, которое пытается посредничать между ид и суперэго, и которое заботится о том, чтобы следить за миром и выживать.

Беттельхайм, среди прочего, говорит, что мы учимся на сказках; мы можем расширить его аргумент и сказать, что мы учимся на рассказах. На самом деле, некоторые ученые предполагают, что один из самых важных способов, которым мы узнаем о мире, а также о самих себе, - это рассказы. Как пишет Лорел Ричардсон: «Повествование - это основной способ, с помощью которого люди организуют свой опыт в значимые во времени эпизоды, повествование - это одновременно способ рассуждения и способ репрезентации. Люди могут «воспринимать» мир нарративно, и люди могут «рассказывать» о мире нарративно. Согласно Джерому Брунеру, повествовательное мышление является одним из двух основных и универсальных способов человеческого познания. Другой режим - логико-научный. . . . логико-научный режим ищет универсальные условия истинности, в то время как повествовательный режим ищет конкретные связи между событиями. Объяснение в повествовательном режиме встроено в контекст, в то время как логико-научное объяснение извлекается из пространственных и временных событий. Оба способа являются "рациональными" способами создания смысла»⁶⁴

Очевидно, что повествования очень важны для нас; они предоставляют нам как метод познания мира, так и способ рассказать другим о том, что мы узнали. Повествование не является чем-то внешним по отношению к логико-научному способу; ученые должны использовать повествования при описании своих экспериментов, а эксперименты, которые имеют как линейные, так и последовательные измерения, можно рассматривать как имеющие повествовательную структуру.

⁶⁴ Arthur Asa Berger "Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life", 1994 – P. 187-189

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Arthur Asa Berger “ Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life”, 1994
2. Arthur Asa Berger “Media, Myth and Society”, 2008
3. Бергсон А. Творческая эволюция // Хрестоматия по западной философии: учебное пособие /сост., авт. предисл. и вступит. ст. Н.И. Фокина; под ред. В.И. Кириллова. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. 544 с.