

Сумський державний університет  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий  
інститут журналістики

Sumy State University  
Taras Shevchenko National University of  
Kyiv  
Educational and Scientific Institute  
of Journalism

ISSN 2415-8496

# О Б Р А З

# OBRAZ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

SCIENTIFIC JOURNAL

**Випуск 3 (40) ' 2022**

**Issue 3 (40) ' 2022**

Суми  
Сумський державний університет

Sumy  
Sumy State University

2022

## **Засновники:**

Сумський державний університет,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Видавець:** Сумський державний університет

(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 21240-11040ПР від 08.12.2014 р.)

Журнал занесено до Реєстру наукових фахових видань України: категорія «Б»,  
науки: соціальні комунікації; спеціальності: 61 – Журналістика.

Наказ № 1188 від 24.09.2020 р.

Видання підтримує політику відкритого доступу до наукових публікацій.

Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові.

Рекомендовано до друку

вченою радою Сумського державного університету

(протокол № 4 від 8 грудня 2022 р.)

## **Редакційна колегія журналу «Образ»**

### *Голова редколегії*

Володимир Різун, д-р філол. наук., Київ,  
Україна

### *Головні редактори:*

Наталя Сидоренко, д-р філол. наук, Київ,  
Україна

Володимир Садівничий, д-р наук із соц.  
комунік., Суми, Україна

### *Члени редколегії:*

Юрій Бідзіля, д-р наук із соц. комунік.,  
Ужгород, Україна

Анастасія Волобуєва, канд. наук із соц. ко-  
мунік., Київ, Україна

Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.,  
Суми, Україна

Віта Гоян, д-р наук із соц. комунік., Київ,  
Україна

Богуслава Добек-Островська, д-р соціо-  
лог., Вроцлав, Польща

Герсамія Маріам, д-р наук із журналісти-  
ки, Тбілісі, Грузія

Ольга Мітчук, д-р наук із соц. комунік.,  
Київ, Україна

Грег Сімонс, д-р наук, ст. наук. співробіт-  
ник, Уппсала, Швеція

Василь Теремко, д-р наук із соц. комунік.,  
Київ, Україна

Олександр Телетов, д-р економ. наук,  
Суми, Україна

Мухаммед Хабес, канд. наук, масова кому-  
нікація, Куала Теренгану, Малайзія

Вікторія Шевченко, д-р наук із соц. кому-  
нік., Київ, Україна

**Образ** : науковий журнал. Сумський державний університет ; Інститут жур-  
налістики КНУ імені Тараса Шевченка. – Суми ; Київ, 2022. – Вип. 3 (40).  
– 112 с.

У наукових статтях журналу розглядаються питання, що охоплюють усі сфери соціальної комунікації: історію, теорію, методологію журналістики, видавничої справи, реклами та зв'язків із громадськістю, соціальних комунікацій, бібліотечної справи.

Видання розраховане на викладачів, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, працівників сфер інформаційної та соціально-комунікаційної діяльності, журналістів-практиків.

**Рецензованість журналу:** матеріали, подані до редакції, проходять процедуру закритого рецензування.

**Видання індексується** Google Scholar.

**WEB-сайт** журналу: <http://obraz.sumdu.edu.ua>.

**Про наукові** та навчальні книги, надіслані до редакції, у найближчому номері друкується оголошення, відгук чи рецензія.

**Електронна версія** наукового фахового видання передана до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на депозитарне зберігання та для представлення на порталі наукової періодики України: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (Наукова періодика України).

## Founders:

Sumy State University  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**The publisher:** Sumy State University  
(State Registration Certificate:

KB № 15451-4023 ПП (Ukraine), issued on 12.08.2014, the)

The journal is entered in the Register of scientific professional publications of Ukraine: Category «Б», Science: social communications; Specialties: 61 – Journalism.

Order № 1188 on 24.09.2020.

The publication maintains a policy of open access to scientific publications.

Links to this release materials during their citation are obligatory.

It is recommended for publication by the

Recommended for publication by the Academic Council of Sumy State University  
(transactions number 4 from December 8<sup>th</sup> 2022)

## Editorial Board of «Образ»

### *Head editor*

Volodymyr Rizun, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine

### *Editor-in-chief:*

Nataliya Sydorenko, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine

Volodymyr Sadivnychy, D. Sc. (Social Communications), Sumy, Ukraine

### *Members of the editorial board:*

Yuriy Bidzilya, D. Sc. (Social Communications), Uzhhorod, Ukraine

Anastasiya Volobueva, PhD (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Inna Havryliuk, PhD (Social Communications), Sumy, Ukraine

Vita Goyan, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Boguslawa Dobek-Ostrowska, Dr. Habil., Wroclaw, Poland

Gersamia Mariam, Doctor of Science in Journalism, Tbilisi, Georgia

Olha Mitchuk, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Greg Simons, MD, Uppsala, Sweden

Vasyl Teremko, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Oleksandr Teletov, D. Sc. (Economics), Sumy, Ukraine

Mohammed Habes, PhD, Kuala Terengganu, Malaysia

Viktoriya Shevchenko, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

**Образ** : scientific journal. Sumy State University ; Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv. – Sumy ; Kyiv, 2022. – Issue 3 (40). – 112 p.

In the scientific articles of the journal the issues, which cover all the areas of social communication are investigated: history, theory, methodology, journalism, publishing, advertising and RP, social communication, librarianship.

The publication is intended for teachers, researchers, doctoral students, post-graduate students and workers in information sphere and in socio-communicative activities, for practical journalists.

**Reviewing of the journal:** All the materials, which are submitted to the editorial board, undergo the closed reviewing.

**The publication** is indexed by Google Scholar.

**WEB-site** of the journal: <http://obraz.sumdu.edu.ua>

**An Advertisement**, a comment or a review about the the scientific and educational books, which are sent to the editorial board, is published in the next issue of the journal.

**The electronic version** of this scientific publication is referred to Vernadsky National Library of Ukraine for the depositary storage and for its presentation on the portal of scientific periodicals of Ukraine. Link: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (Scientific Periodicals of Ukraine).

# ЗМІСТ/CONTENTS

## Образ/Image

**Вашист Катерина/Vashyst Kateryna,**

**Азімова Олена/Azimova Olena,**

**Хантер Ліліан/Hunter Lilian.**

The impact of the war in Ukraine on the world economy: a review of foreign media

(Вплив війни в Україні на світову економіку: огляд зарубіжних медіа)..... 6

**Коваленко Алла/Kovalenko Alla,**

**Тельпіс Дмитро/Telpis Dmytro.**

Психологічний вимір сучасних українських воєнних щоденників

(Psychological dimension of modern Ukrainian military diaries .....17

## Публіцистичні обрії/Publicistic horizon

**Євдокименко Ірина/Yevdokymenko Irina.**

Нариси Софії Русової: чинники впливу на вибір жанрової форми публікацій

(Essays of Sofia Rusova: Factors Influencing the Choice of Genre Form of Publications) .....29

## Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія/ Socio-communicative Environment: Theory and History

**Зражевська Ніна/Zrazhevskia Nina.**

Структурні особливості та комунікаційний потенціал сучасних серіалів»

(Structural features and communication potential of modern serials) .....39

**Rosinska Olena/Росінська Олена.**

Наратив польсько-української взаємодії у польському документальному кіно

(Narratives of Polish-Ukrainian interaction in Polish documentaries) .....51

## Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності/ Journalism in the System of Socio-communicative Activities

**Оксана Кириленко/Oksana Kurylenko.**

Наративізація новинного відеоконтенту періоду воєнного стану

(на прикладі «Суспільне Суми»)

(Narrativization of news video content during the period of martial law

(using the example of «Suspilne Sumy»)) .....63

**Родигін Костянтин/Rodyhin Kostiantyn.**

«Українські націоналісти» в карикатурах журналу «Перець»

у вимірі контекстів і персоналій (1941–1991 рр.)

(Visual Propaganda in «Perets» Magazine 1941-1991:

The Image of the «Ukrainian Nationalist» in Terms Of Its Contexts And Personalities)..... 74

УДК 007 : 316.776

## СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНИХ СЕРІАЛІВ

**ЗРАЖЕВСЬКА Ніна,**

д-р наук із соц. комунік., проф.,

Київський університет імені Бориса Грінченка, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ, Україна, 04053,  
e-mail: kubg@kubg.edu.ua.

*У сучасному комунікаційному просторі серіали – найважливіша форма масової культури, яка виконує багато функцій, і в першу чергу – комунікації, тобто передачі та сприйняття емоційних реакцій, культурних патернів, міфів та історій, які відтворюють комунікаційні зв'язки в сучасному соціокультурному середовищі. У статті описані структурні та змістові елементи теле-серіалу, проаналізовано особливі риси й своєрідність побудови, виявлено його специфічний комунікаційний потенціал. Представлений аналіз дозволив розкрити важливу соціокультурну функцію серіалу – бути активним ретранслятором різноманітних повідомлень, формувати комунікаційний простір, що зі свого боку дозволяє стимулювати активну участь глядача в присвоєнні та формуванні відповідних змістів і меседжів.*

**Ключові слова:** серіал, міф, формульність, шоуранер, процедурал, кліфгенгер, комунікаційні стратегії, веб-серіали.

### STRUCTURAL FEATURES AND COMMUNICATION POTENTIAL OF MODERN SERIALS

*Serials are the most important form of mass culture in the modern communicative space, which performs many functions, and first of all – the function of communication – the transmission and perception of emotional reactions, cultural patterns, myths and stories that reproduce communication links in the modern socio-cultural environment. The article describes the structural and content elements of the television series, analyzes the special features and specifics of the construction of the series, reveals its specific communicative potential. The presented analysis made it possible to reveal the important socio-cultural function of the series – to be an active relay of various messages, to form a communicative space, which in turn allows to stimulate the active participation of the viewer in assigning and forming relevant contents and messages.*

**Keywords:** series, myth, formula, showrunner, procedural, cliffhanger, communication strategies, web-series.

**Вступ.** Сучасні серіали все більше привертають увагу дослідників різних галузей – культурологів, психологів, соціологів, фахівців із теорії комунікації тощо. Це відбувається тому, що в умовах розвитку сучасної медіакультури культурні продукти, зокрема серіали, виконують не просто функції розваги, а стають потужним інструментом формування комунікаційного середовища.

Комунікаційний потенціал серіальної продукції може бути розкритий через комунікаційні ситуації, в яких зашифровані культурні коди й дискурси. Водночас сприйняття серіалу через діалог враховує особливість сучасної аудиторії, що живе в умовах цифрового екранного фрагментованого простору. Сама структура й динаміка сучасного серіалу формує специфічне комунікативне середовище. Наприклад, процедурали в різних країнах є зазвичай відбитком систем виробничих відносин, притаманним цим країнам, зокрема медичні серіали можуть наслідувати систему охорони здоров'я США («Доктор Хаус»), ситкоми – сімейних стосунків тощо («Американська сімейка»).

© Зражевська Н., 2022

Серіали як комунікаційне явище розглядали такі вчені, як Д. Кавелті, Р. Аллен, Дж. Сторі, Д. Бігнелл, Д. Келлнер, К. Лок, К. Веревіс, Р. Фельські, А. Гарса, Б. Тейлор, Е. Смудин, Д. Чеу, Г. Почепцов, Ю. Загороднюк, О. Ванюшина та ін. У їхніх роботах комунікаційний потенціал масової культури і серіалів розглядався в різних контекстах: міфотворчості (Р. Барт), формульності-стереотипізації (Д. Кавелті), нарративних конвенціях (Р. Аллен), теорій постмодернізму (Д. Келлнер та Д. Бігнелл), адаптації та міжкультурної трансляції (К. Лок, К. Веревіс), герменевтики підозри (Р. Фельски), формування культурних патернів (Б. Тейлор, Е. Смудин, Д. Чеу), як системоорганізуючий суспільний механізм (Г. Почепцов) тощо. Структурна організація серіалів нерозривно пов'язана з комунікаційними стратегіями, обумовленими формулами Д. Кавелті, що в свою чергу дозволило подивитися на серіал як втілення архетипових патернів, зокрема пригод, містики, романтики, мелодрами та фентезі, які ґрунтуються на актуальних стереотипах. Такий підхід зробив для нас можливим аналізувати сучасні серіали через дискурсивні практики, розглядати як комунікаційне явище, як сукупність прийомів продукування, сприйняття та інтерпретації серіальних текстів у певному культурному й соціальному полі.

*Актуальність дослідження* зумовлена зростаючою роллю серіалів у повсякденному житті людини й тим, як вони трансформують сучасний комунікаційний простір. Збільшення впливу й популярності серіалів змусило визнати, що вони є важливою культурною формою комунікації. У житті сучасної людини серіали стають все більше популярними, усе більше людей наслідують форми комунікаційних зв'язків, позичених із серіалів, організують повсякденне життя відповідно до серіального, навіть формують ідентичність. Велике значення серіалів у житті сучасної людини актуалізує дослідження їх структури, змісту й комунікаційних стратегій, в яких представлені важливі проблеми сучасного соціокультурного дискурсу.

*Мета статті* – окреслити й описати структурні особливості сучасного серіалу та розкрити його комунікаційний потенціал.

*Завдання дослідження* – проаналізувати основні джерела досліджень сучасного серіалу як комунікаційного феномену, описати структурні й змістові елементи телесеріалу, проаналізувати особливі риси й своєрідність побудови серіалу, виявити специфічний комунікаційний потенціал сучасного серіалу.

*Наукова новизна* полягає у відсутності комплексного підходу до вивчення сучасного серіалу як комунікаційного феномену, зумовленого специфічними структурними і змістовними стратегіями. На основі аналізу різноманітних джерел ми описали основні компоненти будови серіалу, виявили різні комунікаційні складові та показали специфічну серіальну парадигму сучасного серіалу, яка включає активну ретрансляцію та формування комунікаційних зразків через утвердження норм комунікації, формування явлення про ієрархії, набір емоційних реакцій, зразки наслідування, вкорінення в повсякденні практики споживання й репрезентації.

**Методи дослідження.** Нами задіяні міждисциплінарні підходи до розуміння комунікаційного потенціалу сучасних серіалів: культурно-історичний, комунікаційний, структурний і культурологічний аналізи. У статті використовуємо теорію патернів і формул Д. Кавелті для визначення типології серіалів, теорію функцій В. Проппа, аналіз ідеології здійснюємо з точки зору культурних досліджень Д. Келлнера та Д. Бігнелла. Із позиції культурно-історичного підходу розглядаємо серіал у контексті сучасного дискурсу посткультури з акцентом на методи культурного аналізу й теорії постмодернізму. Специфіку сучасного серіалу розглядаємо через комунікаційний аналіз (створення серіалу, тип серіалу, різновид трансляції, аудиторія й ефекти), аналізуємо серіал як феномен, через який відтворюються комунікаційні зв'язки в контексті сучасних повсякденних практик присвоєння і репрезентації.

**Результати й обговорення.** Структурні особливості й комунікаційний потенціал сучасних серіалів – проблеми, які частково порушили автори колективної праці за ре-

дакцією Р. Аллена «Далі буде...» [12]. У книжці акцент зроблено на мильних операх, де увага зосереджена на наративних стратегіях серіалів, на проблемах споживання й мелодраматичності серіальної продукції. Мильні опери розглянуті також у контексті проблеми національної ідентичності, що є для нас важливою стратегією розуміння серіалу як культурно-історичного феномену. У монографіях Д. Келлнера [19] і Д. Бігнелла [13] продукти масової культури розглянуті крізь призму теорій британських культурних досліджень, постмодернізму і теорій мультикультуралізму. Висновки дослідників дозволили нам акцентувати увагу на серіалі як особливому комунікаційному феномені, в якому конструктивні й змістові складові побудовані в такий спосіб, щоб дозволити через особливі комунікаційні стратегії міфологізації, культивування повсякденних практик, через специфічні форми репрезентації бути активним, а інколи й визначальним інструментом формування сучасного комунікаційного простору. Дослідники К. Лок, К. Веревіс [20] заперечують припущення про те, що адаптації та римейки серіалів є нецікавими комерційними хитрощами, у своїх творах автори переконливо демонструють творчу силу та соціокультурну роботу серіальних форм, створених як індустріями, так і фанатами. Динамічне дослідження процесів культурного відтворення – переробки та ре моделювання – дозволило нам подивитися, наприклад, на серіал «Спіймати Кайдаша» як на зразок такої адаптації та міжкультурної трансляції. Р. Фельски [16] пропонує застосовувати герменевтику підозри й герменевтику віри в аналізі масової продукції, що дозволяє інтерпретувати серіал, виходячи з культурного й соціального капіталу глядача. Це актуалізує комунікативну парадигму текстів медіакультури, на якій ми акцентуємо увагу в дослідженні. Іспанський науковець А. Гарса [17], аналізуючи сучасні серіали, зазначає, що емоції в серіалах за своєю природою містять як культурні, так і когнітивні аспекти, а також оцінки та фізіологічні зміни, які, зрештою, породжують практичні схильності. Тож внутрішнє багатство емоцій є відповідним якорем для вивчення суспільства крізь призму серіалу, дозволяє розкрити сучасні соціальні структури та культурні тенденції. Концепція Б. Тейлора [22] цікава тим, що він розкриває приховані механізми впливу творчості корпорації Уолта Діснея в аспекті формування й розуміння людських стосунків з навколишнім світом. У процесі аналізу уявлень, суперечок і тенденцій можна побачити, яким чином діснеївська продукція сприяє різноманітним культурним уявленням, зокрема релігійним, про правильні стосунки між людьми. Такий підхід є співзвучним нашим висновкам про те, що серіали формують культурні патерни відповідно до політичних, ідеологічних та культурних викликів. Е. Смутин [21] та Д. Чеу [15] також підтримують думку про те, що продукція Діснея є провідником глобального впливу американської поп-культури та політики, що підтверджує глобальний характер розвитку медіакультури. На думку української дослідниці Ю. Загороднюк [4], сьогодні через перегляд серіалів аудиторія отримала нові виміри свободи, оскільки естетика, наприклад, сучасних ситкомів сприяє встановленню загальної мови, почуття й смаку. Зокрема, вважає дослідниця, від серіалу сьогодні походить естетизація життя. Такий підхід дозволяє нам стверджувати, що в просторі сучасної медіакультури серіал – це найважливіша форма масової культури, яка виконує багато функцій, у першу чергу – функцію комунікації, тобто передачу та сприйняття емоційних реакцій, культурних патернів, міфів та історій, які відтворюють комунікаційні зв'язки в сучасному соціокультурному середовищі й навіть можуть виконувати ідеологічні завдання. Важливою є також думка української дослідниці О. Ванюшиної, яка стверджує: «Серіали, подібно ЗМІ, нормалізують те, що вони зображують, надаючи штучно створеній реальності статус природного порядку речей, та навчають адаптуватися до цієї норми» [2].

Ми частково погоджуємося з думкою Г. Почепцова [7], що телесеріал збільшує системність навколишнього світу, через свій художній характер не тільки спрощує дійсність сам, а й спрощує самого глядача. З іншого боку, дослідження серіалу як комунікаційного явища залучає приховані елементи не тільки нормування, але складні

підтексти й контексти, дискримінації та інклюзії, домінування й підпорядкування, що органічно вплетені в структуру серіалу як продукту масової комунікації.

Відомо, що дуже довгий час серіали вважалися «несерйозним» продуктом масової комунікації і до них ставилися зневажливо, особливо представники критичного напрямку – лівісти і Франкфуртська школа зокрема. Однак сьогодні телесеріали стали звичайним явищем повсякденного життя, вони виробляють контент, що пропонує культурні й соціальні зразки, норми та ідеї, серіали представляють глядачам набір стандартних соціальних ситуацій, на які вони орієнтуються у звичайному житті. «Серіали сьогодні стають чи не основним каналом інформування населення. Це той продукт масової культури, який захоплює «дух нашого часу». Серіал має сильну діючу силу – відбувається максимальне включення емоцій і відключення раціонального бачення» [7].

Як відомо, серіал – це нетривалий шматок великого наративу, який цілком вкладається в годину вільного часу, що є в проміжку між вечерею і сном у багатьох людей, які інтенсивно працюють. До того ж серіал – це зручна тема для комунікації. Люди солідаризуються, об'єднуються в групи за ознакою перегляду того чи іншого серіалу, тож виникають транскультурні феномени, що зі свого боку продукують різні форми взаємодії [8].

Традиційно серіал відносять до масової культури, яку активно критикували як низькопробну ще представники Франкфуртської школи, але й пізніше дослідники масової культури [13, с. 19] не могли зрозуміти, чому люди голосують, наприклад, за консерваторів, чому обирають людей, які проводять політику, протилежну інтересам виборців. Представники культурних досліджень підтвердили думку, що в усьому винна масова культура, яка «змушує» людей відтворювати суспільні відносини відповідно до її зразків. Представники культурних досліджень підійшли до розуміння масової культури диференційно, виділивши з неї популярне мистецтво, яке відбиває думки та настрої і водночас надає простір для самовираження. «Згідно з такою аргументацією, гарна масова культура («масове мистецтво») здатна наново встановити зв'язок між виконавцем та аудиторією, втрачений упродовж індустріалізації та урбанізації» [7, с. 97]. Із цього погляду масова культура вже розглянута не як другосортна, а як така, що є потужною комунікаційною системою формування ідеології та ідентичності.

Серіали здебільшого маркують як інструменти насолоди й споживання: «Масове мистецтво не покликано виробляти культурні цінності та взірці, воно формує «ціннісні орієнтації», що відповідатимуть характеру панівних суспільних відносин. Таке мистецтво не виступає орієнтиром, а радше, саме орієнтується на потреби споживача. Телевізійні серіали, як продукти масової культури, не беруть на себе соціальних, виховних та смислотворчих функцій. Вони постають частиною розважальної індустрії і всі свої зусилля спрямовують на те, щоб завоювати увагу телеглядача, прикути його погляд до телеекрану, безперервно розважати, пропагувати та інформувати» [4]. Великою мірою це лише одна з функцій серіалів – задовольняти потреби глядача в розвагах, але слід погодитися, що серіали як феномен сучасної медіакультури вбирають у себе всі нові смисли, дискурси й на доступному рівні говорять з аудиторією про актуальні та складні проблеми: виробничі відносини й сімейні стосунки, ментальні стани, адикцію, дорослішання, моральні проблеми тощо. Люди зазвичай обговорюють героїв, проблеми, історію, політику – увесь спектр культурного життя, що представлений у серіалі. Це специфічна форма комунікативної взаємодії, що сконструйована не тільки проблематикою, а й кутом подання матеріалу, прам-гаймом й організацією самого процесу створення серіалів. При цьому серіали не просто озвучують наявність проблеми. Вони можуть легітимізувати її існування (і, відповідно, дестигматизувати тих, хто з нею стикається), сприяти зростанню стереотипів. Наприклад, у серіалах «Велика маленька брехня» та «Відчайдушні домогосподарки» жінки постійно збираються, щоб випити келих вина, тож формується стереотип, що це добре, весело, це демонстрація успішного життя. Так побічно серіальна культура може працювати на зміцнення позицій того



чи іншого порядку денного. Серіали можуть диктувати норми – культурні, соціальні, поведінкові, у них можуть бути сформульовані «послання», що сприйматимуться як поштовх до дії, викликаючи емпатію або агресію; серіали допомагають знімати стрес, мотивують до творчості, дають відчуття стабільності й задоволення від життя. Певною мірою перегляд серіалів впливає на самоідентифікацію, коли ми ототожнюємо себе з героями.

Серіал виконує міфотворчі функції – це відображення самого життя, реальність повсякдення. У серіалах відбиті страхи та радості, біль і насолода – усе, що є важливим у житті людини. Р. Барт писав, що міф – це особлива комунікативна система, «міфічне слово є повідомленням» [1, с. 74]. Таке повідомлення є сукупністю конотацій у процесі означення. Ці конотації несуть латентний (прихований) ідеологічний рівень дискурсу. Міф для того, хто в нього вірить, стає правдою життя. У серіалі алегорично, інколи й прямо, вказують суспільству на наявні проблеми, у самій же індустрії існує уявлення про здатність серіалу не просто відображати життя по той бік екрана, а й змінювати його. Вивчаючи вплив серіалів на систему цінностей, українські дослідники зробили висновок, що молодь, яка дивилася серіали «Щасливі разом», «Татові доньки», найбільшими позитивними цінностями персонажів назвала соціальний статус, компанійську людину й інтелігентність (освіченість, життєрадісність, впевненість). Міф про успішну людину, що транслюється в серіалах, утверджує соціальний статус як головну цінність, що є, на думку дослідників, викривленням серіальних ціннісних орієнтацій, які в подальшому можуть сформувати викривленні комунікаційні зв'язки у молоді [4].

Отже, серіал може виступати в ролі міфотворця: у його просторі різні світи пропонують норми й табу, а сама нарація підпорядкована формульності, тобто дискурс серіалу складений із варіацій стандартних ситуацій і зразків, що можна легко розпізнати, присвоїти, залучити в ритм повсякдення.

Серіал, як правило, виконує роль художнього пізнання дійсності, у його будові знаходимо як стійкі структурні кліше, так і драматизм, несподівані перипетії, сюжетні ходи, які підсилені візуальним і звуковим рядом. Серіал – це зазвичай телевізійний багатосерійний художній фільм, хоча сьогодні докудрами («Корона», 2014 р. – триває досі) і псевдонаукові енігматичні («Велика таємниця води», 2006 р.) серіали почали займати свою нішу. Художня, образна природа серіалу має потужний естетичний і духовний потенціал, а сама будова серіалів враховує художні засоби нарації.

Р. Аллен зазначає [12, с.1], що особлива риса серіалів у тому, що вони детерміновані не тільки тим, як і коли оповідь закінчується або починається, але також, як і коли читачке занурення в текст буде зупинено або започатковано. Це і є серіалізація. Взагалі слід зазначити, що серіалізація – це не тільки явище телевізійництва, наприклад, ще в середині XIX ст. романи Ч. Діккенса друкувалися в журналах частинами. Серіальні комікси також готували публіку до лонгвідів. В Америці до 1940 р. 64 радіосеріали становили 92 % від усіх спонсорських радіопрограм. Десять найбільш рейтингових щоденних програм були серіали. А вже в 50-х рр. XX ст. серіали стали доміантними програмами у США [12, с. 2].

Деякі серіали продовжувалися майже 25 років, наприклад, американський серіал «Дорожнє світло» («Напряме світло», або англ. Guiding Light, що часто скорочується до GL) – найтриваліша мильна опера у світі, яка в 1930–1950 рр. виходила як радіошоу, а з 1952 р. по 1985 р. виходила в телефір на каналі CBS .

Як зазначає Р. Аллен, починаючи з «Пейтон Плейс» у 60-ті рр. і до «Даллас» та «Династія» у 80-ті рр. XX ст., серіали були відшліфовані й удосконалені так, що й сьогодні вони залишаються не менш важливими й не менш популярними [12, с. 2].

Американські серіали швидко розповсюдилися на весь світ. Окрім того, вони вплинули на виробництво й розповсюдження серіалів в усьому світі й сьогодні вже «затмарені вражаючою глобальною циркуляцією серіалів, створених в інших культурах» [12, с. 3].

Одними з перших україномовних стали телесеріали, вироблені кіностудією Укртелефільм: «Час збирати каміння» (1990–1996), «Пастка» (1993), «Сад Гетсиманський» (1993), «Злочин з багатьма невідомими» (1993), «Царівна» (1993–1994), «Роксолана» (1996–2003) та «Острів любові» (1995–1996) тощо.

Пізніше, у 1995–1997 рр., вийшли такі серіали: «Роксолана» (1996–2003; драма, мелодрама, історія, УТ-1), «Посмішка звіра» (1998; кримінал, драма, УТ-1), «Пристрасть» (1999; драма), «Чорна рада» (2001; історична драма, Перший національний).

Але згодом виробництво серіальної продукції сильно змінилося. Через деякий час екрани завойовували ситками, процедуралами, врешті-решт розвинувся жанр вебсеріалів. Останні роки можна вважати часом розквіту індустрії: серіал виявився придатним для будь-якого контенту. Продюсери й режисери враховують здатність серіалів структурувати час, тому сітка мовлення побудована так, щоб серіали, наприклад, ішли тоді, коли телевізійна аудиторія має більше вільного часу. Особливість серіалу полягає в специфічних рисах або компонентах, що відрізняють його від іншої кінопродукції:

1. Відкрита сюжетна лінія. Зазвичай сценаристи пишуть серії з установкою на те, щоб залишалася інтрига й можливість продовжувати наратив.

2. «Довгий наратив». Кожна історія повинна укладатися в певний часовий проміжок. Комедійний серіал, наприклад, зможе утримувати увагу глядача не більше ніж 20 хв. («Як я зустрів вашу маму», «Друзі», «Теорія великого вибуху»). Драматичні й мелодраматичні серіали займають у цілому 40 хв. («У всі тяжкі», «Доктор Хаус», «Декстер»). А ось історичні картини (і багатосерійні фільми) можуть тривати 50 хв. і більше («Спартак», «Абатство Даунтон», «Борджія»).

3. Спільна робота команди над сценарієм. Як правило, над серіалами працює не один сценарист. На чолі сценарного виробництва стоїть шоуранер. Шоуранер – це сценарист, що розробляє основну лінію серіалу. Він також відповідальний за розвиток персонажів. Інколи він може бути також сценаристом деяких епізодів, але в основному цю роботу виконує хтось інший із його сценарної команди. Наприклад, Ерік Крипка (шоуранер серіалу «Надприродне» в 1–5-му сезонах) продумав основну історію всього сезону. Сергій Санін, український шоуранер фентезійного серіалу «Слов'яни», працював із командою українських і чеських сценаристів.

4. Важливим компонентом серіалу є так званий кліфгенгер – прийом, запозичений із художньої літератури, в якому головний герой зіткнувся з небезпечною чи складною дилемою, у серіалах зазвичай це відбувається наприкінці серії, щоб заохотити аудиторію продовжувати дивитися його. Деякі серіали закінчуються фразою «Далі буде», а в багатосерійних фільмах і телесеріалах перший епізод іноді починається з повтору. Кліфгенгери використовувалися як літературні прийоми в середньовічних творах, наприклад, «Тисяча й одна ніч» кожен ніч закінчувалася кліфгенгером. Також кліфгенгери були елементами серійного роману вікторіанської епохи, багато хто пов'язує цю форму з Чарльзом Діккенсом.

Для розуміння серіалу важливі так звані «формули», які визначив американський культуролог Джон Кавелті [14]. Це архетипові патерни, зокрема пригод, містики, романтики, мелодрами та фентезі, які ґрунтуються на актуальних стереотипах. Джон Кавелті розрізняє культурні стереотипи й сюжетні формули.

Формулою може бути будь-який культурно зумовлений стереотип: «тупі американці», «стерви-брюнетки», ексцентричні детективи з неабиякими аналітичними здібностями, «блондинки-діви». Джон Кавелті вважає, що сюжетна формула може бути успішною лише при використанні наявних культурних стереотипів [14].

З одного боку, формула породжує стандартизацію, типовість творів, але з іншого – змушує авторів шукати унікальні й оригінальні способи реалізації формульних сюжетів.

Принцип формульності пов'язаний із системою поділу серіалів на щось більше ніж жанри. Називається це «identify world». Це поділ на основі тематики: злочинний світ

(головні герої не представники влади); особиста й суспільна справедливість (наприклад, «Декстер», «Втеча з в'язниці»); медицина: виживання, лікування (наприклад, «Інтерни», «Доктор Хаус»); закон (головні герої, як правило, – представники влади), справедливість по закону (наприклад, «Вулиці розбитих ліхтарів», «Закон і порядок»); наукова фантастика / фентезі, непізнане / магія (наприклад, «Секретні матеріали», «Ходячі мерці», «Зачаровані», «Баффі – переможниця вампірів»); мелодрама: особисті трагедії, любов, відносини (наприклад, «Мелроуз Плейс», «Бeverлі-Хіллз»); війна, солдати, бої (наприклад, «Брати по зброї», «Тихий океан»).

Залежно від змісту та форми подання серіали поділяються на такі види:

а) Одна ситуація, тобто серійно-сюжетна канва змінюється кожної серії («Чорне дзеркало»);

б) Сюжет поширюється на весь серіал – наскрізний («Спіймати Кайдаша»).

Серіали також відрізняються за тематикою та проблематикою. Наприклад, процедурна драма (процедура́л) (власне, від слова procedural – процедурний) – це серіал, кожна серія якого розповідає свою маленьку історію зі своїм логічним початком, серединою та кінцем, найчастіше в ньому є якесь розслідування або розкриття. Сюди можна віднести legal drama – юридична драма та юридичні трилери, police procedural – поліцейський процедурал, медичну драму (англ. medical drama). Драмеді – жанр, в якому також є комедійні моменти, що відіграють важливу роль у розповіді загальної історії. До цього жанру, наприклад, належать такі серіали, як-от: «Джинні й Джорджія», «Секс/Життя», «Дівчата». Ситком (англ. sitcom – situation comedy) – ситуаційна комедія, або комедійний телесеріал, в основу якого покладено комедію положень. Сиквел – фільм, події якого відбуваються після подій першої частини. Приквел – фільм, події якого відбуваються до подій першої частини. Інтерквел – фільм, події якого відбуваються між подіями двох фільмів, що вже вийшли раніше.

Виробництво й продюсування серіалів сформувало так звану серіальну термінологію. Логлайн – короткий опис ідеї вашого серіалу в одному реченні. Сінопсис (заявка, лібрето) – це документ, що в довільній формі викладає основну ідею сценарію. Тритмент (розширена заявка) – докладний сінопсис до 40 сторінок тексту. Посерійник – план серіалу за серіями. Поєпізодник – план серії по епізодах. Біт – розписаний по епізоду без діалогів. Пілот – перша серія вашого серіалу. Герої – короткий опис персонажів: ім'я, прізвище, вік і завдання героя, тобто що він робить у серіалі. Броманс – близька дружба між двома персонажами чоловіками. Флешбек – сюжетний прийом, щоб перевести погляд глядачів у минуле. Флешфорвард – сюжетний прийом на протиположний флешбеку, здатний переводити хід подій у серіалі в майбутнє. Філер – прохідна серія, щоб заповнити собою історію та час, вона по факту кардинально не впливає на фінал. У філері глядач може помітити дрібні деталі, які характеризують героїв. Хіатус – вимушена пауза між епізодами одного сезону, використовується тоді, коли рейтинги можуть бути низькими внаслідок настання певних свят або інших подій [11].

Також використовують такі характеристики серіалу, як:

Горизонтальний серіал – це серіал, в якому поступово розвивається основна лінія, кожна серія є логічним продовженням попередньої до тих пір, поки в останніх двох серіях усе не перевертається з ніг на голову й не закінчується хепі-ендом («Санта-Барбара»).

Вертикальний серіал – це серіал про загальних головних героїв, за місцем і атмосферою дії кожна подальша серія є замкнутим твором, закінченою історією, із власною драматургією, з окремими другорядними персонажами, із власною зав'язкою, кульмінацією і розв'язкою («Доктор Хаус»).

Фахівці також розрізняють відкриті та закриті серіали, що класифіковані відповідно до читачького залучення. Відкриті серіали – це такі, які є формами наративу, що засновані на неможливості остаточного завершення [12, с. 18]. Наприклад, серіал «Провідне світло» тривав 72 роки й закрався лише тому, що почав втрачати рейтинги.

Серіали «Край ночі», «Вулиця Коронації» також відносять до відкритих серіалів. Р. Аллен пише, що американські й британські серіали здебільшого відкриті [12, с. 18], тому що вони не ставлять запитань, які необхідно вирішувати негайно. Більше того, у них представлена велика кількість персонажів зі своїми історіями, причому герої постійно змінюються, а також спостерігаємо складність стосунків, сюжетні перипетії, надмірність діалогів, відсутність фінальних рішень та ідеології [12, с. 19–21]. Прикладом сучасного відкритого серіалу є «Пісочний чоловік», де немає сюжетної лінії, яка б передбачала завершення. Закриті серіали призначені для того, щоб закінчуватися, навіть якщо довго продовжуються. Вони мають завершений сюжет, де зло має бути покараним і глядач має зробити висновок про моральні або аморальні вчинки дійових осіб. Серіал має привносити моральну сатисфакцію глядачеві. Прикладом такого серіалу може бути український серіал «Украдене щастя», де глядач мусить зробити висновок про моральні засади шлюбних стосунків.

Зрозуміти серіал дозволяє також використання так званих «функцій» В. Проппа [9]. Набір функцій можна накласти на будь-яку оповідь. (Візьмемо, наприклад, функцію заборони й порушення, де герой і антагоніст починають боротьбу. У серіалах ця функція дозволяє розгортати драму, робити її динамічною і цікавою). Через розуміння функцій ми можемо краще інтерпретувати серіал.

Усі проппівські функції розподіляються між сьома дійовими особами казки: Герой; Антагоніст (шкідник); Дарувальник чарівних засобів герою казки; Чарівний помічник; Царівна або її батько; Відправник; Помилковий герой. Також у побудові серіалів використання функцій дійових осіб стає продуктивним засобом залучення міфологічних структур для ефективної побудови наративу. Аналіз серіалів за допомогою «функцій» В. Проппа дозволяє побачити, як розгорнута драматична оповідь у відкритих та закритих нарративних жанрах. Таку спробу ми робили раніше, досліджуючи енігматичні серіали [5]. Серіал – це оповідь, а дешифровку оповіді можна розкрити, розуміючи міфологію наративу. Поняття героя, вписане в наративну конструкцію, обростає нарративними конвенціями, і лише в аналізі дискурсу оповіді можливо розкрити його комунікативну функцію. Наприклад, якщо для російського культурного дискурсу головний герой фільму «Брат» і «Брат 2» несе на собі міфологію так званої «російської картини світу», де він позитивний протагоніст у проппівському розумінні, то для українського дискурсу – це антагоніст, оскільки ми його будемо розглядати не тільки через характеристики героя, а й через функції. Ми будемо читати цей текст в іншій епістемологічній площині, перебуваючи в іншому комунікативному дискурсі. Це стосується також політики толерантності й інклюзії, яка активно впроваджується сьогодні в голлівудській продукції, коли етика й політика кіновиробництва вимагає від продюсерів включення в серіали образів і героїв, що презентують певні особливі суспільства, які зазвичай були не представлені або представлені в обмеженій кількості в масовій культурі: чорношкірі герої, представники ЛГБТ, люди з інвалідністю тощо. Наприклад, у серіалі «Бріджертони» представлені чорношкірі герої у вищому світському суспільстві Лондона епохи Регентства, що є історично неправдивим, але з точки зору інклюзії і політики толерантності це є зумовленим сучасними викликами й боротьбою з дискримінацією. Для прочитання таких явних або прихованих елементів нормування глядач має розуміти, що серіали – це не тільки розважальний продукт масової культури, а й певний ідеологічний конструкт. Для його розшифровки фахівці пропонують використовувати так звану «герменевтику підозри» [16], що передбачає демістифікацію й деміфологізацію наративу та задіює механізми критичного аналізу, що передбачає пошук підтекстів, контекстів та інших прихованих змістів. У процесі дешифрування глядач вступає в складні комунікативні зв'язки з текстом й образами серіалу, формуючи своє ставлення й інтерпретацію.

Міфологічна структура серіалу обумовлена структурними, семантичними та знаковими елементами, що вбудовані в комунікаційний процес, вони являють собою своєрідний фільтр, що залежить від усіх формальних і змістових компонентів серіалу, а

також культурного поля, в якому він функціонує. Це дозволяє серіалу бути активним транслятором різноманітних повідомлень, що потребує активної участі глядача в присвоєнні змістів і меседжів. Д. Келлнер вважає, що кіно й серіали можуть нести потужне ідеологічне навантаження, бути інструментами соціального контролю, м'якою силою соціального примусу або опору. Він зазначає: «Зіркові Війни», «Індіана Джонс» або «Супермен» – це серіали, які можуть бути прочитані як революційний консерватизм з посиленням компонентом радикального консервативного популізму, індивідуалізму та активізму» [19, с. 66]. Ідеологічне навантаження в серіалі транслюють через образи, персонажі, генетичні коди та наративи [19, с. 67]. Тобто ідеологія в серіалах сформована всіма змістовими та структурними компонентами, у цьому ми вбачаємо комунікаційний потенціал сучасних серіалів, де через формально-змістові компоненти відбувається конструювання повсякденності: приклади зразків поведінки, відбір і культивування емоційних реакцій, відтворення комунікативних зв'язків і вкорінення їх у сучасне соціокультурне середовище, трансляція ідеологічних меседжів, що можуть стати активними інструментами формування ідентичності. Як приклад – серіал «Спіймати Кайдаша», що актуалізував й осучаснив не просто проблемні родинні стосунки, а й боротьбу двох політичних і моральних позицій головних героїв, які в художній формі наслідують сучасні українські реалії. І наостанок: серіал як комунікаційний феномен впливає на емоції, аудиторія переживає за героїв, дивиться, як вони співчувають одне одному, ставить себе на їхнє місце, і навіть якщо глядачі самі не мають достатнього досвіду в тих чи інших ситуаціях, це не заважає їм уявляти себе на місці персонажа. У цьому також полягає цінність серіалу як комунікативного феномена – викликати емпатію.

**Висновки та перспективи.** Аналізуючи джерела досліджень, присвячених феномену сучасного серіалу, ми сформувавши власну концептуальну парадигму й виявили різні комунікаційні стратегії сучасного серіалу. Концептуальна парадигма включає в себе компоненти формульності, функціональності, міфологізації, стереотипізації, ретрансляції, відтворення культурних, когнітивних й антропологічних форм, вкорінення комунікаційних зразків у повсякденні практики споживання і репрезентації, формування зв'язків із навколишнім середовищем, загальної мови, смаків і почуттів. Горизонтальні й вертикальні, закриті й відкриті серіали формують різні типи сприйняття та занурення аудиторії. Комунікаційні стратегії сучасних серіалів пов'язані з тим, що формують у глядача норми, уявлення про ієрархії, набір емоційних реакцій і великою мірою заповнюють дефіцит вражень, одночасно є зразками наслідування.

Вивчення серіалів дозволяє зрозуміти, як відтворюються комунікативні зв'язки в сучасному соціокультурному середовищі, які ідеологічні завдання вони можуть виконувати та як впливають на формування наших уявлень про себе й своє місце в житті. У серіалі можемо знайти певні уявлення про норми й домінуючі ідеї конкретного культурно-історичного дискурсу, що дозволяє розкрити приховані елементи нормування, підтексти й контексти, дискримінації та інклюзії, домінування й підпорядкування, що органічно вплетені в структуру серіалу як продукту масової комунікації. Опис й аналіз структурних і змістовних елементів серіалу дозволив виявити особливий комунікаційний потенціал сучасного серіалу – бути активним ретранслятором різноманітних повідомлень, формувати комунікаційний простір, що потребує активної участі глядача в присвоєнні змістів і меседжів.

У статті ми дослідили основні комунікаційні стратегії сучасних серіалів, що дає можливість у подальшому розвинути тему соціально-комунікаційних взаємодій між серіальною продукцією і реальним життям. Тематикою такого роду досліджень можуть стати, наприклад, аналіз мелодрами як крос-культурного феномена, національна й культурна ідентичність у серіалах різного історичного дискурсу, трансформація серіалів у контексті переходу від модернізму до постмодерністської парадигми і їх вплив на формування нового типу комунікацій, нарративні стратегії серіалу й повсякденні практики тощо.

1. Барт Р. Миф сегодня. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. Москва : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. 616 с. URL: [https://www.booksite.ru/fulltext/bar/bart\\_r/1.htm](https://www.booksite.ru/fulltext/bar/bart_r/1.htm).
  2. Ванюшина О. Серіал як феномен масової культури. *Вісник КНТЕУ*. 2009. № 3. С. 101–112. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2009/03/14.pdf>.
  3. Вознесенська О. Система ціннісних орієнтацій персонажів сучасних серіалів як чинник формування цінностей дітей та молоді. Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей / НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум, 2013. Вип. 32 (35). С. 294–302.
  4. Загороднюк Ю. А. Ситком як актуальна форма комічного в масовій культурі. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 99. С. 278–283. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2015\\_99\\_69](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_99_69).
  5. Зражевська Н. І. Підходи до аналізу енігматичних медіатекстів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 11–16. URL: <http://lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt>.
  6. Кавелти Д. Изучение литературных формул. *Новое литературное обозрение*. 1996. № 22. URL: <https://bit.ly/3daysnn>.
  7. Почепцов Г. Телесеріали як медіа комунікації. Stop Fake. URL: <https://www.stopfake.org/ru/georgij-potseptsov-o-teleserialah-kak-mediakommunikatsiyah>.
  8. Почепцов Г. Візуальні «гравці» перемагають вербальних, як телесеріал – роман. *Детектор Медіа*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/23504/2019-09-15-vuzualnye-ygrokypobezhdayut-verbalnykh-kak-teleseryal-roman/>.
  9. Пропп В. Морфология волшебной сказки. Москва : Лабиринт, 1998. URL: <http://www.lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt>.
  10. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Харків : Акта, 2005. 360 с. URL: <https://book.cc/book/3165044/e651ae?redirect=149950899>.
  11. Що таке драмеді, кліфгенгер, філер: 10 термінів про серіали, які варто знати. URL: [https://maximum.fm/shcho-take-dramedi-klifgenger-filer-10-terminiv-pro-seriali-yaki-varto-znati\\_n201063](https://maximum.fm/shcho-take-dramedi-klifgenger-filer-10-terminiv-pro-seriali-yaki-varto-znati_n201063).
  12. Allen C. To be continued...soap operas around the world. London, 1995. 398 p.
  13. Bignell J. Postmodern Media Culture. Edinburg : Edinburg University Press, 2001. 240 p.
  14. Cawelti John G., Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago : University of Chicago Press, 1976. 344 p.
  15. Cheu J. (ed.). Diversity in Disney films: Critical Essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability. McFarland, 2013. URL: <https://bit.ly/3ir1Zuv>.
  16. Felski R. Suspicious minds. *Poetics today*. 2011. Vol. 32, no. 2. URL: <http://michaelbryson.net/teaching/csun/felskisuspicion1.pdf>.
  17. Гарсѳа А. N. (ed.). Emotions in contemporary TV series. Springer, 2016. URL: [https://www.academia.edu/33343098/Emotions\\_in\\_Contemporary\\_TV\\_Series](https://www.academia.edu/33343098/Emotions_in_Contemporary_TV_Series).
  18. Keen S. Introduction: Narrative and the emotions. *Poetics Today*. 2011. Vol. 32, no. 1. URL: <https://bit.ly/3tSoOct>.
  19. Kellner D. Media Culture : Cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern. London ; N.Y., 2000. 357 p.
  20. Looch K., Verevis C. (ed.). Film remakes, adaptations and fan productions: Remake/remodel. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2012. 252 p. URL: <https://journals.openedition.org/inmedia/561>.
  21. Smoodin E. L. (ed.). Disney discourse: Producing the magic kingdom. Psychology Press, 1994. URL: <https://journals.openedition.org/inmedia/561>.
  22. Taylor B. Rebels against the Anthropocene? Ideology, Spirituality, Popular Culture, and Human Domination of the World within the Disney Empire. *Journal for the Study of Religion, Nature and Culture*. 2020. Vol. 13, no. 4. URL: <https://journal.equinoxpub.com/JSRNC/article/view/17676>.
1. Bart, R. (1994), Myth today. Selected works: Semiotics. Poetics, Yzdatelskaya gruppa «Progress», «Unyvers», Moscow, 616 p., available at: [https://www.booksite.ru/fulltext/bar/bart\\_r/1.htm](https://www.booksite.ru/fulltext/bar/bart_r/1.htm).
  2. Vanyushina, O. (2009), «The series as a phenomenon of mass culture», *Visnyk KNTEU*, no. 3, pp. 101–112, available at: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2009/03/14.pdf>.
  3. Vozsenska, O. (2013), «The system of value orientations of characters in modern TV series as a factor in the formation of values of children and youth», *Naukovi Studiji iz Socialjnoji ta Politychnoji Psykholohiji: Zb. statej [Scientific studies in social and political psychology: collection. articles]*, Milenium, Kyiv, vol. 32 (35), pp. 294–302.
  4. Zagorodniuk, Y. (2015), «Sitcom as a topical form of comic in mass culture», *Ghileja: Naukovyj Visnyk [Gilea: Scientific Bulletin]*, iss. 99, pp. 278–283, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2015\\_99\\_69](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_99_69).

5. Zrazhevskaya, N.I. (2014), «Approaches to the analysis of enigmatic media texts», *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky* [Scientific notes of the Institute of Journalism], vol. 57, pp. 11–16, available at: <http://lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt>.
6. Kavelty, D. (1996), «The study of literary formulas», *Novoe lyteraturnoe obozrenye* [New Literary Review], no. 22, available at: <https://bit.ly/3daysnn>.
7. Pocheptsov, G. (2014), «Television series as media communication», *Stop Fake*, available at: <https://www.stopfake.org/ru/georgij-potseptsov-o-teleserialah-kak-mediakommunikatsiyah>.
8. Pocheptsov, G. (2019), «Visual «players» beat verbal ones, like a TV series - a novel», *Detektor Media* [Media detector], available at: <https://ms.detektor.media/mediaanalitika/post/23504/2019-09-15-vyzualnye-ygroky-pobezhdayut-verbalnykh-kak-teleseryal-roman/>.
9. Propp, V. (1998), *Morphology of a Fairy Tale*, Labyrint, Moscow, available at: <http://www.lib.ru/CULTURE/PROPP/morfologia.txt>.
10. Story, J. (2005), *Theory of Culture and Mass Culture*, Akta, Kharkiv, 360 p., available at: <https://b-ok.cc/book/3165044/e651ae?redirect=149950899>.
11. «What are dramedy, cliffhanger, filler: 10 terms about TV series that you should know, available at: [https://maximum.fm/shcho-take-dramedi-klifgenger-filer-10-terminiv-pro-seriali-yaki-vartoznati\\_n201063](https://maximum.fm/shcho-take-dramedi-klifgenger-filer-10-terminiv-pro-seriali-yaki-vartoznati_n201063).
12. Allen, C. (1995), *To be continued...soap operas around the world*, London, 398 p.
13. Bignell, J. (2001), *Postmodern Media Culture*, Edinburg, 240 p.
14. Cawelti, John G. (1976), *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture*, University of Chicago Press, Chicago, 344 p.
15. Cheu, J. (ed.). (2013), *Diversity in Disney films: Critical Essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability*, McFarland, available at: <https://bit.ly/3ir1Zuv>
16. Felski, R. (2011), «Suspicious minds», *Poetics today*, vol. 32, no. 2, available at: <http://michaelbryson.net/teaching/csun/felskissuspicion1.pdf>
17. Гарцова, А.Н. (ed.). (2016), *Emotions in contemporary TV series*, Springer, available at: [https://www.academia.edu/33343098/Emotions\\_in\\_Contemporary\\_TV\\_Series](https://www.academia.edu/33343098/Emotions_in_Contemporary_TV_Series).
18. Keen, S. (2011), «Introduction: Narrative and the emotions», *Poetics Today*, vol. 32, no. 1, available at: <https://bit.ly/3tSoOct>
19. Kellner, D. (2000), *Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern*, London, N.Y., 357 p.
20. Looock, K., Verevis, C. (ed.). (2012), *Film remakes, adaptations and fan productions: Remake/remodel*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 252 p., available at: <https://journals.openedition.org/inmedia/561>
21. Smoodin, E.L. (ed.). (1994), *Disney discourse: Producing the magic kingdom*, Psychology Press, available at: <https://journals.openedition.org/inmedia/561>.
22. Taylor, B. (2020), «Rebels against the Anthropocene? Ideology, Spirituality, Popular Culture, and Human Domination of the World within the Disney Empire», *Journal for the Study of Religion, Nature and Culture*, vol. 13, no. 4, available at: <https://journal.equinoxpub.com/JSRNC/article/view/17676>.

UDC 007 : 316.776

## STRUCTURAL FEATURES AND COMMUNICATION POTENTIAL OF MODERN SERIALS

**Zrazhevskaya Nina**, D.Sc. (Social Communications), Professor,  
Boris Grinchenko Kyiv University, str. Bulvarno-Kudryavska, 18/2, Kyiv, 04053, Ukraine, e-mail: [kubg@kubg.edu.ua](mailto:kubg@kubg.edu.ua).

ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-3382-8368>.

**Introduction.** The mythological structure of the series is determined by structural, semantic and symbolic elements embedded in the communicative process; they represent a kind of filter that depends on all the formal and content components of the series, as well as the cultural field in which it functions. This allows the series to be an active translator of various messages, which, in turn, requires the active participation of the viewer in assigning contents and messages.

**Relevance of research.** The scientific novelty consists in the analysis of the modern TV series as a communicative phenomenon in modern media culture. Based on the analysis of various sources, we tried to describe the structure and identify different communicative strategies of modern serials, a specific serial paradigm that allows satisfying all categories of viewers.

The research methodology: we use interdisciplinary approaches to understanding the communication potential of modern TV series: cultural-historical, communication, structural and cultural analysis.

**Results and discussion.** The study of TV series allows us to understand how communicative connections are recreated in the modern socio-cultural environment, what ideological tasks they can fulfill and how they influence the formation of identity. In the series, we can find certain revelations about the norms and dominant ideas of a specific cultural-historical discourse, which in their date allow us to reveal the closed elements of norming, subtexts and contexts, discrimination and inclusion, dominance and subordination, which are organically woven into the structure of the series as a product of mass culture.

**Conclusions and prospects.** In the article, we found out that the increase in the influence and popularity of TV series as a specific cultural form of communication is related to their ability to be an effective sphere of communication space. The communication potential of serials is determined by the structural and content elements, which proved to be capable of structuring the everyday life and identity of a person. The description and analysis of the structural and content elements of the series made it possible to reveal the specific communicative potential of the modern series - to be an active translator of various messages, to form a communicative space, which, in turn, requires the active participation of the viewer in assigning contents and messages.

**Keywords:** *series, myth, formula, showrunner, procedural, cliffhanger, communication strategies, web-series.*

Стаття надійшла до редакції 17.09.2022.