

# ПОСТМАЙДАННА МІФОЛОГІЯ У РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ ЕЛІТИ

**Руслана Демчук,**

доктор культурології, доцент кафедри культурології  
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

*Реміфологізація є характерною рисою сучасної масової культури. У статті аналізується політична та медійна міфологія постмайданної правлячої еліти у період президентства Петра Порошенка та передвиборчої кампанії Володимира Зеленського з огляду на колізії гуманітарної політики у процесі державотворення.*

**Ключові слова:** Революція Гідності, політична еліта, політичний міф, міфологема, кліпова свідомість, медіаміфологія, Петро Порошенко, Володимир Зеленський

Євромайдан (2013–2014 роки) став осередком кардинальних змін, не лише внутрішніх – соціокультурних, а й зовнішніх – геополітичних. Провідним смыслом Революції Гідності був цивілізаційний вибір, адже відмова від євроінтеграції означала неминуче входження до євразійського політичного та економічного простору. Саме Майдан завадив маріонетковому режиму В. Януковича остаточно за гроші РФ трансформувати країну у кримінальну автократію з перспективою поповнити клуб танDEMократій, демократур та східних деспотій. Проте українське суспільство дозволило собі повірити у політику неминучості (до того ж двічі, вперше після розпаду СРСР, коли Україна відіграла роль детонатора), що історія рухається лише в одному напрямі – до демократії та розбудови Української незалежної держави, про яку під колоніальним гнітом мріяли десятки поколінь українців. Т. Снайдер назвав це телеологією (Снайдер 2017, с. 137) – хибним уявленням, що час плине до певної мети, здебільшого бажаної, в чому переконував і комуністичний режим, після краху якого серед тріумфаторів Заходу навіть виник міф про кінець історії (звісно, не подієвої, а ідеологічної) (Фукуяма, 2007). Приставши на логіку неминучості, ми сподівалися, що революційні надбання стануть незворотними, принаймні не зазнають ревізії. Зазвичай суспільна пильність утрачається разом з історичною пам'яттю, як це демонструє невловна втрата смислів Майдану.

Революцію Гідності влаштували пасіонарні українці, які ладні були здобувати свободу та обстоювати незалежність ціною власного життя, що корелюється з історіософською концепцією А. Тойнбі: головним двигуном цивілізаційного прогресу є кількісно незначна, однак активна меншість, яка надихає соціальну систему новим життям, зумовлюючи її розвиток, «розвиток цивілізацій – це справа рук творчих індивідів або творчих меншин, що має своєю передумовою те, що нетворча більшість залишається позаду, аж поки

першопрохідці винайдуть спосіб підтягнути ар'єргард до власних далеко висунутих уперед позицій» (Тойнбі 1995, с. 218). Проте в кожній, навіть розвиненій цивілізації основна маса народу так і не виходить зі стану застою або ентропії, тож значною мірою нічим не відрізняється від людини примітивного суспільства. Проблема полягає в тому, як саме активній меншості підтягнути інертну більшість до усвідомлення або хоча б пристосування до цивілізаційних надбань, інакше їх буде втрачено, зокрема у справі подальшої розбудови держави. Дослідник пропонує два шляхи вирішення проблеми: ідеалістичний (через просвітництво, але не можна достукатися до кожного, отже, він є обмеженим) та практичний (через мімізис – природну здатність людини до імітації, наслідування зразків, тож він є масовим) (Тойнбі 1995, с. 219–220). Проте нереальний, на думку Тойнбі, перший шлях був таким лише на момент діяльності дослідника, яка припала на період індустріального суспільства. Нині в інформаційному суспільстві, коли таки можна дійти до кожного, зокрема через інтернет, саме цей шлях просвітництва є, на нашу думку, дієвим, натомість маси наслідують не лише суспільні зразки, а й вади відповідно до специфіки постмодерної моралі.

Соціоформівною ідеєю проєкту розбудови будь-якої держави виступає національна ідея, яка здебільшого заглиблена в контекст національного міфу. Серед французьких консерваторів минулого століття набув поширення вислів, що французьку революцію породили літератори (Шестов 2005, с. 165). Справді, з огляду на довірливість масового споживача щодо друкованого слова роль публіцистики та художньої літератури в ідеологічній міфогенезі важко переоцінити. Така апологія художнього тексту була характерною для модерних європейських соціумів, зокрема й для творчості українських митців, які перебували на території різних державних об'єднань. Тож репрезентативні постаті письменників і поетів, що стали як модераторами, так і маркерами української ідентичності, варто досліджувати з позиції продукування «авторського міфу» в річизні активізації ними античних і біблійних міфологем. Недаремно провідних українських митців позначено архетиповими ідентифікаторами, зокрема Тарас Шевченко – «Кобзар», Іван Франко – «Каменярь», Леся Українка – «Кассандра».

Міф не лише не втратив своєї актуальності у сучасному світі, а й отримав нові імпульси, здатні стати сенсотвірними в певних різновидах соціальної комунікації та ідентифікації на несвідомому рівні.

На відміну від архаїчного міфу – універсального, який відповідає космологічній моделі світу, політична міфологія репрезентує соціальну модель. Тож якщо завдання архаїчного міфу полягало в тому, щоб будь-яка соціальна дія відтворювала космогонічну модель світу, тобто реконструювала світогляд, то культурне завдання політичного міфу полягає у відтворенні соціальної картини світу, порушеної через соціальні катаклізми. Тут функції архаїчного й політичного міфів збігаються, адже вони ґрунтуються на архетипах, укорінених у менталітеті народів: «Політичний міф «записує архетипи» у формі натхнених та мобілізувальних ідей, які перетворюються на переконання соціальних груп і мас» (Кольєв 2005, с. 219).

Навіть пропаганда стає ефективною лише тоді, коли вписується у певну міфологічну систему: «В інформаційній боротьбі перемагає той, хто зуміє нав'язати власну «картину світу» цільовій аудиторії» (Цуладзе 2003, с. 21). У політичній міфопоетиці має бути точка відліку (війна, революція, поразка, перемога тощо), яка стає підвалиною конструкта політичного міфу, що зумовлює та легітимізує подальші події. Проблема пропаганди полягає лише в тому, щоб знайти слова, які пробуджують архетип, а разом із ними – мотивацію, пов'язану з політичним вибором. Успішним стане той лідер чи група, що у духовно-моральних імперативах оформить і висловить ідею, яка відобразить зміст колективного несвідомого. Оскільки висхідний міфологічний сюжет може заднім числом накладатися практично на будь-який подієвий ряд, політичний міф стає шифром соціального проєкту.

Можна стверджувати, що «маса» завжди перебуває під впливом політичного міфу, який узято нею за єдино можливу соціальну реальність, що загалом надає політиці ірраціонального виміру. Ідеологія виступає як політичний міф (або комбінація їх) у межах політико-міфологічного простору суспільства, що отримав санкцію політичного інституту, або є штучним конструктом дослідника, що ідеологічно позначив певні міфологічні уявлення, які історично циркулювали в свідомості соціуму.

Кластером політичного міфу виступають міфологеми (Демчук 2017). Н. Коновалова визначає смислові рівні міфологеми: «По-перше, вона обернена у минуле, її основу становлять традиції... по-друге, вона відображає сьогодення, реальність сучасної культурної ситуації» (Коновалова 2013, с. 210). Тож міфологеми є рухливою культурною формою, не лише ретрансляцією міфологічного патерну, а й зародком нового міфологічного нарративу. Кризова ситуація трансформації суспільства сприяє продукуванню міфологем. Міфологема залежить від культурного середовища, де вона увиразнює соціально значущі тексти, несвідомо пробуджуючи архетипи. Пошук національного коріння ідентифікаційних міфологем має вже ту принципову перевагу, що здійснюється з позиції факту (який уже не викликає сумніву) історичної єдності простору та часового континууму тривання українського історико-політичного процесу. Почасти політичний процес організовується у формі активації давніх міфологем («Україна – нова Троя» І. Котляревського, «Україна – земля обітована» І. Франка), які несвідомо формувалися на архетиповому патерні «Святої землі». Як зазначив А.Кольєв, політична міфологія «поєднає мову архаїки та сучасності, тим самим створюючи щось на кшталт «прогресистської архаїки» або метаархаїки, на підставі якої універсалістський проєкт модернізації-вестернізації заміщується новою фундаментальною парадигмою розвитку цивілізації» (Кольєв 2003, с. 77). Зокрема, міфи домодерних суспільств («Москва – третій Рим» чи «возз'єднання братніх народів») стають конкурентоспроможними політичними технологіями, адже реципієнти за всіх часів вирізняються інфантильністю, тобто несвідоме домінує. Історична специфіка моменту змінювала вигляд міфологічної конструкції, проте не її смислову/просторову екстраполяцію від «Святої землі» через «Країну Рад» до «держави Смартфоні».

Отже, сучасна міфологічна свідомість тільки формально відрізняється від традиційної, хоча й у кризовій випадковості політичного міфу закладено раціональне підґрунтя. Інтерес до міфу, його спонтанне відтворення або усвідомлене конструювання визначають сучасну культурну динаміку.

Головним у процесі державотворення є не приростання територій, а національна ідея, підтримана громадянами, що разом із владою дає старт і шанс розбудові держави, для чого передусім треба мати систему національної освіти, медіа, культурні інституції, а не користуватися чужими послугами та контентом. Сучасною національною ідеєю (ейдосом державотворення) в українському варіанті мають стати формування тожсамості українського народу, його трансформація в сучасну політичну націю у межах власної держави. Втім, українці традиційно виступають руйнівниками імперій, а не розбудовниками держави. Тривале перебування в межах інших державних утворень створило стійку неприязнь до представників правлячої еліти як до колонізаторів або їхніх посібників-колаборантів. Зокрема російська еліта<sup>1</sup>, перебуваючи над власним народом, вибудувала квазікастове суспільство, проте дотепер викликає в народі захоплені відчуття. Натомість наша еліта, яку протягом століть витискали з України, щоб наповнювати державницькі проєкти Речі Посполитої/Росії/СРСР, генерується народом і є тісно з ним пов'язаною, але традиційно засуджується у мейнстрімі подолання посттравматичного синдрому.

Становлення незалежної Української держави стало топосферою продукування міфологем як реакції на виклики часу, пошуків засобів культурної адаптації. Проте політика

<sup>1</sup> Ми застосовуємо відрефлексований (В. Парето, М. Кастельс) термін «еліта» в метафоричному значенні, адже у пострадянських реаліях мається на увазі правлячий клас.

давно перетворилася на секулярну форму релігії, а політики – на медіумів, які віртуозно володіють технікою міфу. Президентів Л. Кравчуку забракло історичного часу для розбудови України, а президент Л. Кучма розумів державотворення по-марксистськи як формування економічного базису державності, що, на його думку, автоматично гарантувало правильну гуманітарну надбудову, в тому числі вирішення заплутаної національної проблеми. Однак ця політика зазнала провалу, що стало однією з передумов Помаранчевої революції 2004 року. Автор виокремив три міфологеми, які циркулювали у соціумі в міжреволюційний період (2004–2014 роки) й зумовлювали політичний обрій президентства В. Ющенка («Україна – Аратта»), В. Януковича («Україна – УРСР») та прем'єрства Ю. Тимошенко («Україна – Батьківщина в небезпеці»).

На часі – постмайданні міфологеми, зокрема «Україна – Європа», ретрансльована П. Порошенком, яка є модифікацією теми «Україна – захисниця Європи», що ґрунтується на семантичній опозиції Добра і Зла, походить із часів навали кочовиків та експлікується через «козацький міф» до сьогодення у реалізації Операції об'єднаних сил. Гасло «Армія, мова, віра» у відповідній редакції відсилає до тих етапів української історії, коли українці діяли у парадигмі цивілізаційного захисту від ворожого Степу, що й сформувало яскраво виявлений культурний патерн. Зазначена міфологема вкорінена у минуле, проте набуває зовнішньополітичної трансляції, афілійованої до відповідних епох. Саме так удалося мобілізувати проукраїнський електорат і нівелювати електорат проросійський – символічно у модусі реінкарнації протистояння Київської Русі й Золотої Орди. Адже Революція Гідності спричинила інтервенцію з боку Росії.

Константою зазначеної міфологеми виступає армія (дружина, військо). За президентський термін П. Порошенка було зупинено активну російську агресію (ніхто не очікував, що російська армія перетне український кордон 24 серпня 2014 року), переоснащено ППО (разом зі створенням розгалуженої системи укріплень у Києві), у тому числі за рахунок коштів компанії «Рошен» (Сохар 2018); утворено міжнародну антипутінську коаліцію, запроваджено економічні важелі стримування Путіна. Від Заходу отримано новітню зброю, зокрема комплекси «Джавелін», що загнали ворожу техніку в капонири; кораблі країн НАТО заступили на бойове чергування у Чорному морі. А 7 лютого 2019 року конституційна більшість Верховної Ради закріпила у Конституції курс України на вступ до ЄС і НАТО, тобто узаконила євроатлантичну інтеграцію, що було вимогою революційного Майдану.

Проте антикорупційне розслідування стосовно «Укроборонпрому», оприлюднене напередодні виборів у телепрограмі Д. Бігуса «Наші гроші» (25 лютого 2019 року), коштувало П. Порошенкові другого президентського строку, адже у постмайданній Україні не було нічого святішого за свіжі солдатські могили. Це журналістське розслідування, розпочате на підставі анонімного листа, все ще очікує всебічної юридичної експертизи.

Утім, в Україні, на думку автора, головною проблемою є не корупція (задня боротьби з цим інтернаціональним явищем в Україні вперше було створено антикорупційну інфраструктуру НАБУ 14 жовтня 2014 року), а окупація, що потребує консолідації суспільства для боротьби зі спільним ворогом, який загрожує самому існуванню держави.

Окремо варто зупинитися на питанні мови як складника передвиборчої тріади Порошенка: не всі, хто спілкується однією мовою, становлять одну націю (зокрема іспанці й мексиканці, німці й австрійці, серби й хорвати, англійці й американці тощо). За Е. Ренаном, «мова запрошує до єднання, а не змушує до нього» (Ренан 2010, с. 259). Проте жодна нація не мислиться без спільної мови, що є її візитівкою. Українці, на щастя, мають власну мову, яку не було втрачено впродовж століть бездержавності та примусової асиміляції, як багато етнічних мов за подібних обставин, а яка натомість стала основою високої літератури, що розвивалася за вкрай несприятливих умов, проте завадила асиміляції українців.

За часів незалежності характерна для СРСР диглосія на теренах України трансформувалася у білінгвізм, тому що так звані російськомовні громадяни насправді є зрусіфікованими, що не виключає їхньої ідентифікації з українською політичною нацією (як і етнічних росіян, татар, євреїв, поляків, угорців тощо), чому сприяє «Закон про забезпечення функціонування української мови як державної» від 25 квітня 2019 року. Проте проросійська пропаганда активно використовує сам факт наявності такого закону з деструктивною метою задля активізації сепаратистських настроїв у зонах фронтиру. Мова вербально окреслює кордони нації, адже території, де домінували громадяни, агресивно налаштовані щодо української мови, нині загарбано.

Стосовно «вибору віри» (архетипової ситуації від часів Київської Русі) варто зазначити, що сучасне постатейстичне суспільство ще не осмислило важливості цієї події, спрямованої на дистанціювання від «руського мира». Подеколи отримання Томосу про автокефалію 6 січня 2019 року сприймається як міжцерковна чвара. Тим паче мав місце історичний прецедент, коли наслідки визвольних змагань Б. Хмельницького 1648–1654 років розмежували уніатську та православну Русь державним кордоном. Гетьман і його оточення протягом перших років війни трансформували мотивацію козацького повстання від суто світської (захисту корпоративних прав і «вольностей») до релігійної, яка створювала можливість для легітимації спротиву владі Речі Посполитої. Освячення опозиції православною церквою надало перебігу повстання забарвлення «релігійної війни» (що було характерним для ранньомодерної Європи), під гаслами якої формувалася ідея тотожності «руської» та «православної» ідентичностей, тим самим знімалася дратівлива ситуація конфесійного розподілу «Русі» (Plokhy 2001, с. 236–273). На підросійському Лівобережжі українське козацтво було ліквідовано вже у XVIII столітті, а Українська православна церква у лоні Російської імперії позбулася багатьох конфесійних прав, ставши рядовим бюрократичним підрозділом у Російській імперії. Проте церковна унія Київської метрополії з Римом (1596 рік) виявилася вдалою, адже УГКЦ стала заслоною латинізації, полонізації, русифікації (навіть коли Польща зникла з мапи Європи на 123 роки) та «советизації» (завдяки досвіду виживання у підпіллі від 1946 року) у справі збереження української ідентичності. У межах Австро-Угорської імперії чинна влада підтримувала УГКЦ, а її парафіяни мали право обирати віденський рейхстаг, що породило в РФ міф про австрійську інтригу формування української нації. Збережена українська ідентичність стала підвалиною проголошення УНР у листопаді 1917 року третім Універсалом Центральної Ради. Отже, для Західної України, переважно греко-католицької, значення здобутого Томосу не було таким засадничим, як для Центральної, мешканці якої в більшості підтримували самопроголошений Київський патріархат. На перший погляд гасло «Армія, мова, віра» начебто звузило аудиторію виборців П. Порошенка, що позначилося на кінцевому результаті. Проте отриманням Томосу від Вселенського патріарха є не лише відновленням єдності із вселенським православ'ям у річищі історичного вектора «Константинополь – Київ», а й відновленням універсальних смислів, адже 988 року сталося обрання кафоличного християнства ще до офіційного поділу на православ'я та католицизм (схизма 1054 року), що втілювало ідею софійності як еклезіїної мрії єдності обох церков у Христі. Таким чином, наданий Томос лише посилив інтеграційні інтенції України, недаремно церковний Собор символічно відбувся у Софії Київській.

Тож гасло «Армія, мова, віра» – правильна формула національної ідентичності, адже позбавлене ідентичності суспільство є лише населенням у територіальних межах; саме осмислена ідентичність формує успішні держави. Гостре питання вибору цивілізаційної ідентичності обернулося боротьбою двох моделей соціального існування у контексті східноєвропейського простору. Україна запропонувала відмінну від Росії модель, яку має бути реалізовано через шлях до європейського дому. «Україна – Європа» – меседж, сформульований суспільством під час Революції Гідності та артикульований світовій спільноті П. Порошенком, але наперед пророкований пригнобленому українському наро-

дові в поезіях Т. Шевченка «Заповіт» (Шевченко 2014, с. 174), І. Франка «Мойсей» (Франко 2014, с. 76–77) як неминуче долучення до кола вільних народів.

Проте пролонгацію заявленої зовнішньої політики не лише було призупинено через програв команди П. Порошенка на президентських виборах, а її здобутки (у тому числі оплачені життям та здоров'ям військових і волонтерів) нівелюються, приміром, слоган передвиборчої кампанії Зеленського про «партію війни» озвучив В. Путін на пресконференції саміту Великої двадцятки в Буенос-Айресі 1 грудня 2018 року (Венкіна 2018 року) що дискредитувало міжнародну підтримку України. Уперше за три століття ми з нації-жертви («України-Катерини» Т. Шевченка, який замінив «чоловічий» етнокреативний міф на пасивний «жіночий») реально стали нацією воїнів у мейнстрімі відновленого «козацького міфу» (поширене порівняння Майдану 2013/2014 років із Запорозькою Січчю, лінгвістично позначене тим, що гумористичні «селоки-хохли» перетворилися в імперському дискурсі на зловісних «укрів», «укропів»). Проте нині символічний код нації воїнів («кіборгів») руйнується, адже позиціонована нескореність є несумісною з «комікократією» як державною системою. Зокрема, у новорічному (2019/2020 роки) посланні українського Президента українську армію навіть не було згадано.

Тож, абстрагуючись від передвиборчої змови олігархів (нині Україна є очевидною конкурентною олігархією), варто проаналізувати медіаміфологію, що забезпечила перемогу В. Зеленському. Одразу треба зазначити, що Зеленський у підсумку не запропонував *нове*, він запропонував *інше*. Незаперечним фактом є те, що останнє історичне покоління (25 останніх років) фактично відлучене від книжної культури, яка лінійно структурувала думки за принципом послідовності друкованого тексту. Проте нині вона поступилася місцем медіакультурі з її «кліповим», дискретним типом свідомості (Гиренок 2016, с. 8–19). Лінійне мислення у формі потоку, що дає змогу послідовно аналізувати інформацію, нині заміщується імпульсивним типом мислення, коли посилення адресується уяві. Лінійний тип свідомості передбачає наявність цілісності й певної структури – інтелектуальної схеми, відповідно до якої людина сприймає, переробляє та зберігає інформацію про довкілля. Кліп є партикулярністю та деструктуризацією цілого, виокремленням обмеженого об'єкта/події. На думку дослідників, кліпова свідомість – це «здатність миттєвого й кольорового сприйняття світу через стислий яскравий посил, утілений у формі відеокліпу або в іншому аналогічному вигляді» (Митягіна, Долгополова 2009, с. 53). Для такої «мозаїчної» свідомості характерними є візуальність, іманентність, емоційність, асоціативність, проте бракує аналітики та зосередженості на деталях (в яких «криється діявол» відповідно до поширеної ідіоми). Адже секундні мікроплани кліпу хоча й здатні збільшувати кількість повідомлень, які спалахують у свідомості, проте не встигають осмислюватися. «Люди із таким типом свідомості не здатні до послідовного процесу мислення, їм важко проаналізувати ту чи іншу ситуацію, утримувати в пам'яті образи, концентруватися на одній думці» (Голубенко 2017, с. 39). Хаотична свідомість сприяє тому, що людина втрачає здатність критично аналізувати інформацію. Нині вже не людина контролює інформаційні потоки – навпаки, комунікаційні технології створюють нову людину зі зміненим/адаптованим станом свідомості, зокрема завдяки сприянню віртуальної міфології.

Медіаміф є імітаційним міфом (псевдоміфом), коли співпереживання імітується шляхом впливу якогось подразника. Коли подразник зникає, зникає й переживання, тож медійні міфи є випадковими, вони не спираються на традиційний патерн. Ключовою фігурою сучасності стає журналіст, який професійно конструює сенсації шляхом добирання, комбінації, інтерпретації фактів, отож ЗМІ перетворюються на самостійний політичний чинник. Почасті новини стають імітаційними міфами, бо формують «картину світу» шляхом маніпуляції свідомістю людей, коли «реальним» у світі є лише те, що потрапляє в добірку новин. Всеваддя ЗМІ призводить до продукування міфологічних сюжетів, позначених нами як «смажені снігури» (термін, запозичений із медіаміфів війни на Донбасі, – алюзія на професійний термін «інформаційна качка»). Власне, медійними засобами будь-яко-



му персонажеві можна надати багатозначність символу тимчасової міфології. Приміром, сумнозвісний «розіп'ятий хлопец у трусиках» спонукав мешканців російської глибинки масово їхати на Донбас, щоб убивати українців. Проте медіаміфи неспроможні створити цілісний політичний міф, що саморозвивається, а лише мікст або нарізку з фрагментарних міфосюжетів за критерієм «подієвості». За допомогою їх суспільство можна мобілізувати лише на нетривалий проміжок часу, допоки гостросюжетна подія не обернеться суцільною брехнею, бо не ґрунтується на культурних патернах, а є відволікальним «білим шумом». Тому новини повинні зачаровувати, щоб привабити телеглядачів; отже, новини стають казками, в яких культурний герой бореться зі злом, а глядач йому максимально симпатизує. Іде залучення телеглядача до постійного споживання новин відповідно до того, як «підсидають» на серіали, й це «сприяє породженню інтерпретацій і реінтерпретацій того, що відбувається, що є результатом породження хаосу (в головах. – Авт.)» (Почепцов 2016, с. 285).

Поза реальністю, ніби в тенетах архаїчного міфу, перебуває людина дозвілля, що задовольняється примітивним продуктом попкультури на кшталт «мильних опер» або розважальних шоу. Такий «цивілізований шаманізм» здійснюється через телевізор – аналог ритуальних заклинань у сучасній формі репрезентації, коли вплив спрямовується до тих глибин несвідомого, де архетип утрачає культурну визначеність, наближаючись до інстинкту. Обиватель зазвичай атомізований, позбавлений соціальної активності, уникає будь-яких громадських об'єднань, перебуває у штучному світі медіаобразів. Сам термін «телебачення» означає «бачення на відстані», у чарівних казках так могли бачити іншу реальність за допомогою чарівної тарілочки. Тепер таку «казкову» можливість має кожна людина, що дивиться на телеекран. Популярний жанр *talkshow* із мільйонною аудиторією дає пересічному мешканцеві ілюзію співпричетності до вирішення суспільно значущих проблем, які його не зацікавили б за звичайних умов. Політичні токшоу відбуваються із продуманими колізіями, легалізованою скандальністю, ретельним добором учасників і студійною масовою та зрежисованою реакцією на політичну дискусію. Г. Набокова зазначає: «Аналіз значного обшину фактичного емпіричного матеріалу дав змогу зробити висновок про те, що чим більше телеглядачі під час перегляду суспільно-політичних передач будуть зорієнтовані на розваги, тим розважальнішою вважатимуть вони політику як справу малосерйозну» (Набокова 2013, с. 155–156). Остаточна «шоуізація» політики відбулася завдяки передачі С. Шустера «Свобода слова» (телеканали «ICTV», «Інтер», «Україна»). Глядач захоплюється нестандартними особистостями, політичними фриками (у Росії це В. Жириновський, який віддавна розкручує образ «клоуна», а в Україні має іміджевих наслідувачів – О. Ляшка, І. Киву) та із задоволенням голосує за них на виборах, адже вони не виголошують довгих промов, а лише розважають влучними спічами з телеекранів. У підсумку акцентована розважальність телебачення заохочує споживачів до мисленнєвої незрілості, плеає інфантильність.

Із боку клінічної психології вже давно йдеться про «медіазалежність», проте це не вироблення власного бачення, а нав'язаний погляд «іншого»: «Телебачення – це не просто посередник між міфотворцем і глядачем. Це особливе середовище, яке має низку унікальних властивостей, що перетворюють його не лише на канал доставляння міфів, а й на фабрику вироблення їх» (Цуладзе 2003, с. 251).

Так це сталося із передвиборною кампанією шоумена В. Зеленського (до речі, Д. Трамп свого часу вів шоу на телебаченні протягом тривалого часу), який започаткував успішні гумористичні проєкти. Актор передусім залежить від аплодисментів, його завдання – особисто сподобатися публіці, на відміну від президента, чиє завдання полягає у тому, щоб сподобалися його рішення та справи. Телебачення, яке, на відміну від кіно й театру, охоплює своїм впливом практично все населення, формує у телезірок «лайкозалежність» від глядачів.

Передчасно оцінювати президентство В. Зеленського, яке триває, але цілком можливо – передвиборчу кампанію, що закінчилася. Кандидат у президенти спілкувався з ви-

борцями переважно якісними кліпами з телеекрана. Тому «передвиборчий» Зеленський став віртуально порожнім знаком, адже кожний виборець за браком інформації наповнював його телеобраз власними фантазіями та очікуваннями. Відповідно до антропологічних спостережень людина, *Homo sapiens*, не пристосована до простого задоволення. Щастя людини менше залежить від об'єктивних умов, а більше – від наших очікувань» (Харарі 2018, с. 67). Тому політтехнологічний проєкт полягав у сублімації власної мрії виборця, чим скористалися крейтори кандидата.

Спічрайтери з «95 кварталу» роками писали гумористичні тексти, у тому числі на тему актуальної політики, які В. Зеленський талановито озвучував, адже телеактор «не повинен випинати ані свій голос, ані самого себе... акторська гра на телебаченні, зважаючи на особливу залученість глядача у довершення або «заповнення» телевізійного образу, є вкрай інтимною настільки, що актор повинен досягати високого ступеня спонтанності...» (Маклюен 2003, с. 363). Тож уся передвиборча кампанія була віртуозним фокусом, що співвідноситься з казковим мотивом на кшталт «Чарівника Смарагдового міста», адже політичний міф, позбавлений концепції, обертається на казку. Усе буде добре, якщо надіти зелені окуляри. За плечами у В. Зеленського 15-річна медіаісторія на головних каналах країни у сфері розваг, до того ж його прихована виборча кампанія велася п'ять років завдяки «мильному» серіалу «Слуга народу». Втім, застосована технологія була вже загальновідомою завдяки образу ведмедика Волдо (серіал Ч. Брукера «Чорне дзеркало», 2 сезон, 3 серія «Момент Волдо»). Показово, що кандидат у президенти вийшов до публіки після оголошення екзитполів другого туру якраз під саундтрек зі «Слуги народу». Проте у нехитрому сценарії цієї медіаісторії глобальною проблемою виступала внутрішня корупція, тому-бо Зеленський, не виходячи з образу вчителя Голобородька, так наполегливо вимагав ув'язнити попередню «владу бариг», що імпувало суспільству споживачів. Однак сьогодні тема корупції на тлі нових корупційних скандалів переважно зникла з урядового дискурсу, незважаючи на анонсовані «посадки попередників». Проте зсування акцентів із зовнішньої політики на внутрішню залишилося провідним трендом.

У телесеріалі «Слуга народу» не передбачено війну, тому реальну війну, яка від 2014 року триває на Сході України, наразі винесено за дужки. «Більшовики» як ситуативний політичний проєкт явно вийшли на рівень, де вони є некомпетентними та інтелектуально неспроможними (приміром, заявляючи, що війна тривала, бо на ній збагачувалися корупціонери, тож достатньо «просто перестати стріляти»). Подібна риторика могла би бути доречною, якби в Україні стався внутрішній конфлікт, а не зовнішня агресія з анексією територій. Тож «серіальна» політика виявилася лише пародією на реальну, що провокує підміну понять – природне прагнення миру обертається на фактичну капітуляцію. Хибна оцінка цілей Путіна заважає усвідомити, що Україні оголошено війну й ця війна – на десятиліття. До того ж протистояння України з Росією в різних формах триває майже чотириста років, що влучно передали через біблійну міфологему «виходу з полону» видатні українські письменники Т. Шевченко, І. Франко, Леся Українка, К. Устимович, С. Руданський, П. Куліш (Бетко 1999).

Нині тактика відчутно домінує над стратегією, адже безглуздо замирюватися, коли тебе знищують. На часі активна оборона від агресора: «Я не мир принести прийшов, а меча» (Мт. 10:34). Тож Україну варто відстоювати всіма мовами за сприянням різних релігійних конфесій, як це вже було на Майдані 2013–2014 років.

Людство й далі житиме в міфі, бо несвідомо прагне ідеального суспільства та щасливого майбутнього. Великою мірою Євромайдан виробив у комеморативних практиках власний міф про «Небесну Україну» – гідну й вільну, де наразі перебуває Небесна Сотня та «Бог кожну сльозу з очей їхніх зітре, і не буде вже смерті, ані смутку, ані крику, ані болю...» (Об. 21:4). Проте нині, навпаки, виникає інший тренд – знецінення набутих смис-



лів, що відбувається у тому числі через позбавлення відповідальності осіб, які вбивали українських громадян під час Революції Гідності. Сенси завжди акумулюються в символах, які закодовано у мнемотопах, візуалізовано в монументах. І, навпаки, нівеляція символів тягне за собою руйнацію смислів, що у підсумку призводить до суспільної амнезії. Тож стратегічної ваги набуває усвідомлена політика пам'яті, спрямована на збереження смислів і символів Майдану, щоб не зрадити життя, які вже було принесено та які приносяться сьогодні на вівтар свободи та незалежності.

## Список використаних джерел та літератури

1. Бетко, І. 1999. *Біблійні сюжети і мотиви в українській поезії XIX – початку XX століття*. Zielona Gora-Kijov: Б/в.
2. Венкина, Е. 2018. Меркель и Путин договорились задействовать «нормандский формат» в керченском кризисе [online]. Deutsche Welle. Режим доступу: <https://www.dw.com/ru> [Дата звернення 5 січня 2020].
3. Гиренок, Ф. И. 2016. *Клипное сознание*. Москва: Прогресс.
4. Голубенко, М. М. 2017. Трансформація часосприйняття в умовах миттєвої комунікації. Актуальні проблеми художньої культури, 39, с. 34–43.
5. Демчук, Р. 2017. Міфологема в контексті моделювання національної ідентичності. Культурологічна думка, 11, с. 53–59.
6. Кольев, А. Н. 2003. *Политическая мифология: Реализация социального опыта*. Москва: Логос.
7. Коновалова, Н. И. 2013. Мифологема как свернутый сакральный текст. Политическая лингвистика, 4, с. 209–215.
8. Маклюен, М. 2003. *Понимание медиа: внешние расширения человека*. Москва–Жуковский: Канон-пресс-Ц, Кучково поле.
9. Митягина, Е. В., Долгополова, Н. С. 2009. «Клипное сознание» молодежи в современном информационном обществе. Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия «Социальные науки», 3, с. 53–59.
10. Набокова, Г. В. 2013. Жанрові формати розважальної телевізійної культури. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури, 31, с. 154–160.
11. Почепцов, Г. 2016. *Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційних і смислових війнах*. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія».
12. Ренан, Е. 2010. Що таке нація? В: Націоналізм. Теорії нації та націоналізму від Йогана Фіхте до Ернеста Гелнера: антологія. Київ: ВД «Простір», Смолоскип, с. 253–263.
13. Снайдер, Т. 2017. *Про тиранію. Двадцять уроків двадцятого століття*. Київ: Медуза.
14. Сохар, О. 2018. Інтерв'ю з міністром оборони України С. Полтораком [online]. Обозреватель. Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/crime/poprosiv-u-sshane-tilki-javelin-poltorak.htm> [Дата звернення 5 січня 2020].
15. Тойнбі, А. Дж. 1995. *Дослідження історії*. Т. 1. Київ: Основи.
16. Франко, І. 2013. Мойсей. В: *Украдене щастя*. Харків: Фоліо, с. 76–118.

17. Фукуяма, Ф. 2007. Конец истории и последний человек. Москва: АСТ.
18. Харарі, Ю. Н. 2018. *21 урок для 21-го століття*; Київ: BookChef, Форс Україна.
19. Цуладзе, А. 2003. *Политическая мифология*. Москва: ЭКСМО, «Алгоритм».
20. Шевченко, Т. Г. 2014. Заповіт. В: Кобзар. Повне зібрання. Харків: Школа, с. 174.
21. Шестов, Н. И. 2005. *Политический миф теперь и прежде*. Москва: ОЛМА ПРЕСС.
22. Ploky, S. 2001. *The Cossacks and Religion in Early Modern Ukraine*. New York: Oxford University Press.

## References

1. Betko, I. 1999. *Bibliini siuzhety i motyvy v ukrainskii poezii XIX – pochatku XX stolittia*. Zielona Gora–Kijov: B/v.
2. Vienkina, E. 2018. Mierkiel i Putin dohovorilis zadieistvovat «normandskii format» v kierchienskom krizisie. Deutsche Welle [online]. Rezhym dostupu: <https://www.dw.com/ru/Data-zvernennia-5-sichnia-2020>.
3. Hirienok, F. Y. 2016. *Klipovoie soznaniie*. Moskva: Progress.
4. Holubenko, M. M. 2017. Transformatsiia chasospryniattia v umovakh myttievoi komunikatsii. Aktualni problemy khudozhnoi kultury, 39, s. 34–43.
5. Demchuk, R. 2017. Mifolohema v konteksti modeliuvannia natsionalnoi identychnosti. Kulturolohichna dumka, 11, s. 53–59.
6. Koliev, A. N. 2003. *Politicheskaiia mifolohiia: Realizatsiia soczialnogo opyta*. Moskva: Lohos.
7. Konovalova, N. I. 2013. Mifologijema kak svernutyi sakralnyi tekst. Politichieskaia lingvistika, 4 (46), s. 209–215.
8. Makliuien Marshall, 2003. *Ponimaniie media: vnieshniie rasshireniiia chielovieka*. Moskva–Zhukovskii: Kanon-press-Cz, Kuchkovo pole.
9. Mityagina, E. V., Dolgoplova, N. S. 2009. “Klipovoie soznaniie” molodezhi v sovriemiennom informacziionnom obshhestve. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Seria “Soczialnye nauki”, 3(15), s. 53–59.
10. Nabokova, H. V. 2013. Zhanrovi formaty rozvazhalnoi televiziinoi kultury. Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury, 31, s. 154–160.
11. Pocheptsov, H. 2016. *Smysly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinykh i smyslovykh viinakh*. Kyiv: VD “Kyievo-Mohylianska akademiia”.
12. Renan, E. 2010. Shcho take natsiia? V: Natsionalizm. Teorii natsii ta natsionalizmu vid Yohana Fikhte do Ernesta Gelnera: antolohiia. Kyiv: VD “Prostir”, Smoloskyp, s. 253–263.
13. Snaider, T. 2017. *Pro tyraniuu. Dvadsiat urokiv dvadtsiatoho stolittia*. Kyiv: Meduza.
14. Sokhar, O. 2018. Interviu z ministrom oborony Ukrainy S. Poltorakom [online]. Obozrevatel. Rezhym dostupu: <https://www.obozrevatel.com/ukr/crime/poprosiv-u-ssha-ne-tilki-javelin-poltorak.htm> [Data zvernennia 5 sichnia 2020].
15. Toinbi, A. Dzh. *Doslidzhennia istorii*. T. 1. Kyiv: Osnovy, 1995.
16. Franko, I. 2013. Moisei. V: Ukradene shchastia. Kharkiv: Folio, s. 76–118.

17. Fukuiama, F. 2007. *Koniets istorii i posliednii chieloviek*. Moskva: AST.
18. Kharari, Yu. N. 2018. *21 urok dlia 21-ho stolittia*; Kyiv: BookChef, Fors Ukraina.
19. Czuladze, A. 2003. *Politicheskaia mifologia*. Moskva: EKSMO, "Algoritm".
20. Shevchenko, T. H. 2014. Zapovit. V. Kobzar. Povne zibrannia. Kharkiv: Shkola, s. 174.
21. Shestov, N. I. 2005. *Politichieskii mif tiepier i priezhdie*. Moskva: OLMA PRESS.

---

## Ruslana Demchuk,

Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Department of Culture,  
National University of Kyiv-Mohyla Academy

### Post-Maidan mythology in representation of political elite

*Euromaidan (2013–2014) became the epicenter not only of internal – sociocultural but also external – geopolitical cardinal changes, related to civilization choice. It was started by passionate Ukrainians, who were ready to gain freedom and defend independence with their lives. However, even in a developed country, most people remain in a state of stagnation or entropy, that is why the vast majority, to a large extent, don't differ from an archaic society person. The problem is, exactly how the active minority can make the inert majority aware of civilization challenges in the field of further development of the state. Hence, the governing elite fully uses political mythology, since the mass of nation always stays within the scope of diverse mythologemes. Even propaganda becomes more effective only when it fits into some mythological system.*

*The mythologeme of Maidan "Ukraine – Europe", articulated to the world community by P. Poroshenko, is a modification of the topic "Ukraine – the defender of Europe", which is based on the semantic opposition of Good and Evil. It comes from the invasions of steppe nomads during the times of Kyivan Rus and is transmitted through the "cossack myth" till today's Joint Forces Operation (JFO). The motto "Army, language, faith" refers to those stages of Ukrainian history when Ukrainians acted in the paradigm of civilization defense from the hostile Steppe, which has formed a pronounced cultural pattern. The thorny issue of the choice of civilization identity turned into a struggle between two models of social existence in the context of an Eastern Europe area. Ukraine, unlike Russia, proposed a model, which must be implemented through the path to the House of Europe, previously predicted in the poetry of T. Shevchenko and I. Franko to oppressed Ukrainian people.*

*During the election campaign, V. Zelenskyi offered the voters the image of teacher Holoborodko – the main character of the "Servant of the People" series played by himself. Thus, the real candidate became a virtual and empty sign, since each voter filled his TV-image with his or her fantasies and expectations. The election campaign of Zelenskyi was a virtuoso trick, which generally correlates with a fairy tale motif like "The Wizard of the Emerald City" because a political myth without a concept turns to a fairy tale. However, the technology used has been already well-known since 2013 thanks to the image of bear Waldo ("Black Mirror" series by Charlie Brooker).*

**Keywords:** Revolution of Dignity, the political elite, political myth, mythology, clipart consciousness, media-mythology, Petro Poroshenko, Volodymyr Zelenskyi