

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293704

УДК 17.023.32:008-028.22"20"

СУЧАСНА ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЗАСІБ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Євген Павліченко

Здобувач,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0009-0002-2731-6200

e-mail: netinff@gmail.com

Для цитування:

Павліченко, Є. (2023). Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. *Питання культурології*, 42, 57–65. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293704>

Мета статті — виявити особливості репрезентації національної ідентичності в сучасній візуальній культурі. *Результати дослідження*. У статті досліджено концепцію репрезентації у візуальній культурі; проаналізовано основний зміст візуальних репрезентацій національної ідентичності в контексті теорії візуального; розглянуто репрезентацію як процес символічного аналізу культурних кодів (за С. Холлом) і уточнено, що відповідно до цієї теорії культура є вирішальною силою в організації людьми універсуму сенсу та впорядкування світу. *Наукова новизна* полягає у дослідженні теоретичних підходів візуальної культури та осмисленні концепції репрезентації у візуальній культурі в контексті національної ідентичності. *Висновки*. Станом на початок третього десятиліття XXI ст. візуалізація розглядається як одна з універсальних характеристик сучасної культури, що зумовлено зростанням візуальних артефактів, які стрімко заповнюють соціокультурний простір. У сучасних наукових дослідженнях візуальні репрезентації розглядаються як засоби не стільки відображення своїх прототипів за допомогою образних або текстових кодів, скільки їх перетворення, а також артикуляція і конструювання соціальних процесів. Репрезентації у візуальній культурі (фотографія, кінематограф, засоби масової інформації, реклама, образотворче мистецтво та ін.) впливають на соціальний імідж, буденні соціокультурні практики та комунікації. Візуальна культура, яка є настільки ж важливим індикатором, як і наратив, пропонує «інший» погляд на питання про те, як конструюється або репрезентується національна ідентичність. Образ мислення кожної нації дає змогу їй виробити особливу форму візуальної культури.

Ключові слова: візуальна культура; репрезентація; національна ідентичність; образ; зображення; візуальність

© Павліченко Є., 2023

Стаття надійшла до редакції: 06.07.2023

Вступ

Твердження, згідно з яким мова є привілейованою категорією, ключовим за-собом людства не лише для спілкування, але і пізнання, людського існування, конструювання та маніпулювання соціокультурною реальністю, на сучасному етапі розвитку суспільства поступається місцем новій аксіомі теорії візуального, відповідно до якої бачення передує висловленню.

На сучасному етапі дослідження національної ідентичності як компонента візуального аналізу стає одним із пріоритетних напрямів у галузі історії мистецтв, кінознавства, культурології та масової комунікації. Наукові праці провідних закордонних вчених (Т. Беррінджер, Р. Бернойн, Д. Корбетт, Д. Девіс, Н. Мірзоев, С. Стріт, Д. Вольф та ін.) засвідчують важливість включення ідей національної ідентичності й обговорення живопису, фотографій і кіно.

Сучасна візуальна культура розглядається як основний інструмент формування національної ідентичності. Вся багатоаспектність і неоднорідність проблеми національної ідентичності висвітлюється завдяки візуальній культурі, що безпосередньо або опосередковано формує домінуючі символи суспільної комунікації, виражаючи при цьому основні почуття народу та загострюючи набутий ним досвід.

Актуальність теми пов'язана з важливістю осмислення концепції репрезентації у візуальній культурі в контексті національної ідентичності.

Аналіз попередніх досліджень

Однією з актуальних тем вітчизняної культурології лишається національна ідентичність — різноманітним аспектам цього феномену присвячено наукові дослідження та публікації В. Воронкової, О. Гнатюка, О. Дедуш, Г. Родика, Л. Саракун та ін. Перспективним напрямом дослідження, науковий інтерес до якого посилюється протягом останнього десятиліття, є візуальна культура (О. Павлова, В. Соломатова та н.).

Проте особливості репрезентації національної ідентичності в сучасній візуальній культурі лишаються недостатньо висвітленими. Серед небагатьох наукових публікацій, присвячених дослідженню означеної проблематики, назвемо статтю О. Ліщинської (2014) «Вияви національно-культурної ідентичності в сучасній українській візуальній культурі», в якій авторка розглядає небароковість як вияв національно-культурної ідентичності; О. Дедуш (2016) «Патріотичний персоналізований мурал міста Києва як ретранслятор української національної ідентичності»; деякі аспекти транслявання національної ідентичності візуального образу аналізують Т. Михайлова і О. Шандренко (2021) у мистецтвознавчій статті «Демонстративна символізація національної ідентичності в дизайні олімпійського парадного костюма»; візуальні фактори у формуванні ідентичності аналізує О. Титар (2016) в дослідженні «Українські національно-культурні ідентичності Слобожанщини у контексті глобалізації: філософсько-антропологічний вимір»; дослідженню процесів візуалізації в культурі та виявленню її змістів в умовах незалежності України присвячено дисертаційну роботу Ю. Марційчук (2016) та ін. Акцентуючи на важливості результатів теоретичного опрацювання означеної проблематики названими науковцями, все ж можемо констатувати

ти, що розробка проблеми візуальної репрезентації національної ідентичності в межах культурологічного дослідження на сучасному етапі лишається актуальним завданням.

■ **Мета статті**

Мета статті — виявити особливості репрезентації національної ідентичності в сучасній візуальній культурі.

■ **Результати дослідження**

Термін «візуальна культура» стосується як візуальних аспектів культури, так і візуальної культури як наукової дисципліни. Вона підкреслює фундаментальну важливість зображення в культурному житті. Візуальна культура — філософська та епістемологічна позиція, що визнає візуальність — спосіб, за допомогою якого створюються певні образи бачення світу і те, наскільки ці творіння є потужними, оскільки вони впливають на «те, як ми бачимо, як ми можемо, дозволяємо чи змушуємо бачити» (Foster, 1988) — центральним елементом створення світу. Візуальна культура — це історично необхідне предметне поле, засноване на усвідомленні того, що візуальний образ не є стабільним, а змінює своє співвідношення із зовнішньою реальністю в різних історичних формах культури (Павлова, 2015, с. 31); галузь, що фокусується на різноманітних сенсорних локусах зображення і містить широкий спектр теорій, методологій і поглядів представників різних наукових дисциплін (Campbell & Schroeder, 2011). Дослідження візуальної культури зазвичай стосуються принаймні трьох складних і широкомасштабних концепцій: репрезентація, значення та культура. Ця складність робить візуальну культуру різноманітною за своїми цілями та еkleктичною за своїми методами, що відображає її радикальну міждисциплінарність.

Сила образу в західній культурі означає, що він є центральним способом репрезентації проблем у суспільстві — до такої міри, що західна інтелектуальна думка наприкінці ХХ ст. пережила «візуальний поворот», коли зображення набуло привілейованого статусу через його здатність відображати та комунікувати.

Н. Мірзоев (Mirzoeff, 2023, р. 34) розглядає візуальну культуру в контексті концентрації на проблемах, що виникають у результаті взаємодії між глядачем і тим, хто переглядає. Це завжди пов'язано з візуальною подією, яка містить інформацію та значення. Для дослідника першочерговим питанням є формування візуальних суб'єктів. На його думку, є дві речі, що об'єднуються: візуальні суб'єкти, тобто глядач або агент зору, і візуальні події, те, що переглядається, які впливають на глядача. Наприклад, фотографія в рекламі ніколи не є реальною копією того, що сталося насправді — у фотографії більше не переважає доказове. Можна маніпулювати візуальними зображеннями в цифровому вигляді, тому сьогодні фотографія — це здебільшого конструкція мистецтва. Те, що бачить людина, ніколи не є саме тим, про що малюнок або зображення було спочатку. Н. Мірзоев описує посилення образів у сучасному суспільстві як тенденцію візуалізувати речі, що самі собою не є візуальними, як, наприклад, іконки на робочому столі комп'ютера. Отже, можна описати візуальне як щось, що

створює сенс через взаємодію з глядачем, як певну художню конструкцію, яку він формує.

У своєму есе «Риторика образу» Р. Барт (Barthes, 1977) здійснює спробу проаналізувати різні повідомлення, які містить образ. На основі аналізу рекламного зображення, що є більш «відвертим» та зрозумілим в інформації, яку надає глядачеві, дослідник стверджує, що в кожному знаку чи зображенні є певна система позначення, і ділить її на три частини: *лінгвістичне повідомлення, закодоване іконічне повідомлення та незакодоване іконічне повідомлення*.

Автори «Практики погляду: Вступ до візуальної культури» («Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture») на основі ретельного аналізу медіа з широкого спектра джерел, включаючи рекламу, кіно, фото, живопис, фотографію, відео, цифрові зображення тощо, відображають різні підходи до візуальної культури в межах чітко визначених культурних, історичних і соціальних контекстів, описують процес зростання центральної ролі візуального в сучасному житті як «окуляцентризм» або «скопофілія», коли практика погляду допомагає нам зрозуміти світ (Sturken & Cartwright, 2009).

Н. Барна (2016) наголошує на важливості категорії «окуляцентризм» як діври до візуальної інформації: «візуальність у контексті масових комунікацій, зокрема мас-медіа, набуває гіперактуальних реалій і сприяє формуванню кліпової свідомості. Ця свідомість орієнтована на певну клішованість, механізми орієнтації і утворення візуальних патернів картини світу, поліваріантний візуальний простір, “плинну форму”» (с. 7).

У контексті теми дослідження детальніше розглянемо концепцію репрезентації.

Сучасне осмислення поняття репрезентації пов'язано з візуальним поворотом та британською школою культурних досліджень С. Холла (Hall, 1997), який трактує репрезентацію як процес зіставлення понять із реальними або уявними об'єктами, людьми або подіями (р. 17). Дослідник виділяє кілька систем репрезентації: наділення сенсом об'єктів через встановлення їх еквівалентності з системами понять (так званими концептуальними картами) та конструювання відповідності понять зі словами та іншими знаковими форми, що репрезентують поняття (Hall, 1997, р. 19). Отже, процес репрезентації передбачає використання слів та образів як «репрезентації репрезентацій», їх кодування, декодування та інтерпретацію.

З огляду на теоретичні перспективи школи культурних досліджень концепт репрезентації став застосовуватися стосовно аналізу візуальної культури. У теорії візуальної культури наявні кілька теоретичних підходів — відповідно до першого образ розуміється як «культурна» репрезентація, опосередкована різноманітними ідеологічними практиками (цей підхід зазнав впливу конструктивізму, що виражається в інтересі до аналітики ролі образів у формуванні культурних сенсів); другий підхід трактує образ з погляду феноменології (феноменологічний підхід до візуальної образності акцентує на понятті «образа-презентації», що існує в режимі сенсової закритості — має власний складний для розуміння суб'єкта зміст і передбачає прочитання образу виключно як відображення або репрезентації соціокультурного поля).

Відповідно до репрезентативної теорії візуальні образи аналізуються з погляду їх включення в процес соціальної взаємодії. Візуальні дослідження, в яких образ розглядається як репрезентація, спираються великою мірою на аналіз значень та інтерпретацію візуального, де значення розуміються як комплексна взаємодія образу, спостерігача та соціокультурного простору-контексту (Sturken & Cartwright, 2009).

Репрезентація є не відображенням, а активними процесом відбору, структуривання і формування, наділення чогось сенсом. Візуальні образи демонструють свої трансформаційні якості, оскільки здатні змінити суспільну думку та мобілізувати людину на певні дії.

На думку закордонних дослідників, візуальну культуру можна проаналізувати як вираження національної ідентичності, зокрема в контексті того, як питання національної ідентичності розв'язуються засобами різних форм візуальної культури (Curzon, 2003).

О. Дедуш (2021) наголошує, що поняття «національна ідентичність» є похідним від західної наукової термінології і набуло масової популяризації в середині 90-х рр. XX ст. у зв'язку з «інтенсифікацією комунікації із зарубіжною наукою» (с. 11). Серед плеяди дослідників, які присвятили увагу розробці теми національної ідентичності, науковець називає Ю. Габермаса, Г. Теджфела, Дж. Тернера, П. Рікера, Б. Андерсона, М. Гроха, Е. Сміта, В. Коннора, Г. Бхабхи, Ф. Фанона, а також К. Гюбнера, який окреслює національну ідентичність як «унікальний досвід нації». У вітчизняній науковій літературі останніх двох десятиліть національна ідентичність визначається як: «комплекс спільних переконань, позицій і вірувань, вироблених у процесі формування окремішності спільноти, який поєднувався з акцептацією політичних прагнень певної політичної групи або держави» (Гнатюк, 2005, с. 56); «суб'єктивне почуття й одночасно об'єктивна якість самототожності індивіда з нацією, виявлення цілісності індивідуального «Я», що сумісне з вірою індивіда в тотожність того чи іншого образу світу і людини» (Воронкова, 2009, с. 16); «подвійна характеристика, яка, з одного боку, акцентує свій погляд на національних цінностях етнічного походження (мова, культура, традиція), а з іншого — на загальногромадянських цінностях: національних інтересах, державній (національній) безпеці, захисті громадянських свобод, загальнокультурних цінностей, цивілізаційних здобутків» (Родик, 2011, с. 343); «завершальний акт процесу усвідомлення індивідом чи соціальною групою своєї приналежності до певного національного утворення як підсумок прийняття ними цінностей, норм, ідеалів, якими керується ця нація, як результат опанування індивідом сукупності знань про історичний шлях, яким пройшла та чи інша нація, про її долю і призначення, про місце серед інших націй» (Саракун, 2012, с. 72).

Дослідники акцентують на тому, що візуальне сприйняття є складною пізнавальною перцептивною діяльністю, яка змінюється відповідно до специфіки культурної епохи (Титар, 2016, с. 54), а важливим візуальним чинником «утворення та функціонування ідентичності є колір» (Титар, 2016, с. 58), сприйняття якого культурно та символічно обумовлено. О. Ліщинська (2014) вбачає візуальний код української культури в «національно насиченому колориті худож-

ніх творів» (с. 93), а також зауважує, що його творять «образи, емблеми, певні національно-культурні маркери, серед яких умовно можна виокремити історичні (козак, бандура, кобза), екофілійні (калина, виноград, квіти), етнообрядові типи («дерево життя», писанка, етнічний орнамент)» (Ліщинська, 2014, с. 94).

О. Ліщинська (2014) наголошує на тому, що «культ візуалізації життя проявляється у творенні за допомогою новітніх мистецьких технік і форм відповідного коду культури та візуальної історії» (с. 92). Відповідно, візуальна культура є показовим репрезентантом національної ідентичності.

На основі вищевикладеного можемо констатувати, що візуальна культура в цьому контексті розуміється не як дзеркало, що відображає національну ідентичність, а як багаторівневий майданчик для її інтерпретації, через який населення приходять до усвідомлення себе як членів певного суспільства. Репрезентація наразі набуває універсального характеру, оскільки естетика нового соціокультурного середовища формує відповідну феноменологію та знаковість.

■ Висновки

Станом на початок третього десятиліття XXI ст. візуалізація розглядається як одна з універсальних характеристик сучасної культури, що зумовлено зростанням візуальних артефактів, які стрімко заповнюють соціокультурний простір. У сучасних наукових дослідженнях візуальні репрезентації розглядаються як засоби не стільки відображення своїх прототипів за допомогою образних або текстових кодів, скільки їх перетворення, а також артикуляція і конструювання соціальних процесів. Репрезентації у візуальній культурі (фотографія, кінематограф, засоби масової інформації, реклама, образотворче мистецтво та ін.) впливають на соціальний імідж, буденні соціокультурні практики та комунікації.

Візуальна культура, яка є настільки ж важливим індикатором, як і наратив, пропонує «інший» погляд на питання про те, як конструюється або репрезентується національна ідентичність. Образ мислення кожної нації дає змогу їй виробити особливу форму візуальної культури.

■ Список посилань

- Барна, Н. В. (2016). *Естетична еволюція проектної діяльності в контексті художньої культури ХХ-ХХІ століть* [Дисертація доктора філософських наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова].
- Воронкова, В. (2009). Місце і роль України в глобалізаційних процесах сучасності. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 37, 16–32.
- Гнатюк, О. (2005). *Прощання з імперією: Українські дискусії про ідентичність*. Критика.
- Дедуш, О. В. (2016). Патріотичний персоналізований мурал міста Києва як ретранслятор української національної ідентичності. В *Дні науки історичного факультету 2016*. [Матеріали конференції] (с. 385–388). Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
- Дедуш, О. В. (2021). *Історіографія дослідження української національної ідентичності в кінці ХХ - на початку ХХІ століть* [Дисертація кандидата історичних наук, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України].

- Ліщинська, О. (2014). Вияви національно-культурної ідентичності в сучасній українській візуальній культурі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія*, 14(1), 89–97.
- Марційчук, Ю. І. (2016). *Процеси візуалізації в культурі незалежної України* [Дисертація кандидата культурології, Харківська державна академія культури].
- Михайлова, Т. С., & Шандренко, О. М. (2021). Демонстративна символізація національної ідентичності в дизайні олімпійського парадного костюма. *Культура і сучасність*, 2, 140–145.
- Павлова, О. (2015). Візуальна культура та повсякденність доби постмодерну. *Культура і сучасність*, 2, 30–35.
- Родик, Г. (2011). Національна ідентичність як конфліктогенний чинник сучасного суспільства. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія*, 7, 342–344.
- Саракун, Л. (2012). Криза національної ідентичності: причини та прояви. *Гуманітарний часопис*, 4, 70–74.
- Титар, О. В. (2016). *Українські національно-культурні ідентичності Слобожанщини у контексті глобалізації: філософсько-антропологічний вимір* [Дисертація доктора філософських наук, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна].
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the Image. In *Image Music Text* (pp. 32–52). Fontana Press. https://monoskop.org/images/0/0a/Barthes_Roland_Image-Music-Text.pdf
- Campbell, N., & Schroeder, J. E. (2011). Visual Culture. In D. Southerton (Ed.), *Encyclopedia of Consumer Culture* (pp. 1506–1510). Sage.
- Curzon, L. (2003). Introduction: Visual Culture and National Identity. *InVisible Culture*, 5. <https://doi.org/10.47761/494a02f6.21ede05d>
- Foster, H. (Ed.). (1988). *Vision and Visuality*. Bay Press. https://monoskop.org/images/3/39/Foster_Hal_ed_Vision_and_Visuality.pdf
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.
- Mirzoeff, N. (2023). *An Introduction to Visual Culture*. (3rd Ed.). Routledge.
- Rose, G. (2007). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage Publications.
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press. <https://sites.dwrl.utexas.edu/visualrhetoric/wp-content/uploads/sites/25/2016/03/Sturken-and-Cartwright-postmodernism.pdf>

References

- Barna, N. V. (2016). *Estetychna evoliutsiia proektnoi diialnosti v konteksti khudozhnoi kultury XX-XXI stolit* [Aesthetic evolution of design activity in the context of artistic culture of the 20th-21st centuries] [Doctoral Dissertation, National Pedagogical Dragomanov University] [in Ukrainian].
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the image. In *Image music text* (pp. 32–52). Fontana Press. https://monoskop.org/images/0/0a/Barthes_Roland_Image-Music-Text.pdf [in English].
- Campbell, N., & Schroeder, J. E. (2011). Visual Culture. In D. Southerton (Ed.), *Encyclopedia of Consumer Culture* (pp. 1506–1510). Sage [in English].

- Curzon, L. (2003). Introduction: visual culture and national identity. *InVisible Culture*, 5. <https://doi.org/10.47761/494a02f6.21ede05d> [in English].
- Diedush, O. V. (2016). Patriotychnyi personalizovanyi mural mista Kyieva yak retransliator ukrainskoi natsionalnoi identychnosti [A patriotic personalized mural of the city of Kyiv as a relay of Ukrainian national identity]. In *Dni nauky istorychnoho fakultetu 2016* [Science Day of the Faculty of History 2016] [Conference materials] (pp. 385–388). Taras Shevchenko National University of Kyiv [in Ukrainian].
- Diedush, O. V. (2021). *Istoriografiia doslidzhennia ukrainskoi natsionalnoi identychnosti v kintsi XX - na pochatku XXI stolit* [The historiography of the study of Ukrainian national identity at the end of the 20th - the beginning of the 21st centuries] [PhD Dissertation, Rylsky Institute of Art Studies, Folklore and Ethnology of National Academy of Sciences Ukraine] [in Ukrainian].
- Foster, H. (Ed.). (1988). *Vision and visibility*. Bay Press. https://monoskop.org/images/3/39/Foster_Hal_ed_Vision_and_Visuality.pdf
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications [in English].
- Hnatiuk, O. (2005). *Proshchannia z imperiieiu: Ukrainski dyskusii pro identychnist* [Farewell to Empire: Ukrainian Debates on Identity]. Krytyka [in Ukrainian].
- Lishchynska, O. (2014). Vyivaty natsionalno-kulturnoi identychnosti v suchasni ukrainskii vizualnii kulturi [Manifestations of national and cultural identity in modern Ukrainian visual culture]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii: Kulturolohiia*, 14(1), 89–97 [in Ukrainian].
- Martsiichuk, Yu. I. (2016). *Protsesy vizualizatsii v kulturi nezaleznoi Ukrainy* [Processes of visualization in the culture of independent Ukraine] [PhD Dissertation, Kharkiv State Academy of Culture] [in Ukrainian].
- Mirzoeff, N. (2023). *An Introduction to visual culture*. (3rd Ed.). Routledge.
- Mykhailova, T. S., & Shandrenko, O. M. (2021). Demonstratyvna symbolizatsiia natsionalnoi identychnosti v dyzaini olimpiiskoho paradnoho kostiuma [Demonstrative symbolization of national identity in the design of the Olympic ceremonial costume]. *Culture and contemporaneity*, 2, 140–145 [in Ukrainian].
- Pavlova, O. (2015). Vizualna kultura ta povsiakdennist doby postmodernu [Visual culture and everyday life of Postmodern]. *Culture and contemporaneity*, 2, 30–35 [in Ukrainian].
- Rodyk, H. (2011). Natsionalna identychnist yak konfliktohennyi chynnyk suchasnoho suspilstva [National identity as a conflict-causing factor of modern society]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii: Kulturolohiia*, 7, 342–344 [in Ukrainian].
- Rose, G. (2007). *Visual methodologies. an introduction to the interpretation of visual materials*. Sage Publications [in English].
- Sarakun, L. (2012). Kryza natsionalnoi identychnosti: prychny ta proiavy [Crisis of national identity: causes and manifestations]. *Humanitarian Journal*, 4, 70–74 [in Ukrainian].
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Practices of looking: an introduction to visual culture*. Oxford University Press. <https://sites.dwr.utexas.edu/visualrhetoric/wp-content/uploads/sites/25/2016/03/Sturken-and-Cartwright-postmodernism.pdf> [in English].
- Tytar, O. V. (2016). *Ukrainski natsionalno-kulturni identychnosti Slobozhanshchyny u konteksti hlobalizatsii: filosofsko-antropolohichnyi vymir* [Ukrainian national and cultural

identities of Slobozhanshchyna in the context of globalization: philosophical and anthropological dimension] [Doctoral Dissertation, V. N. Karazin Kharkiv National University] [in Ukrainian].

Voronkova, V. (2009). Mistse i rol Ukrainy v hlobalizatsiynykh protsesakh suchasnosti [The place and role of Ukraine in modern globalization processes]. *Humanities bulletin of Zaporizhzhhe state engineering academy*, 37, 16–32 [in Ukrainian].

CONTEMPORARY VISUAL CULTURE AS A MEANS OF REPRESENTING NATIONAL IDENTITY

Yevhen Pavlichenko

External PhD student,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0002-2731-6200

e-mail: netinff@gmail.com

The aim of the article is to identify the peculiarities of national identity representation in modern visual culture. *Research results.* The article examines the concept of representation in visual culture; analyses the main content of national identity visual representations in the context of the theory of the visual; considers representation as a process of cultural codes symbolic analysis (according to S. Hall), and specifies that, according to this theory, culture is a decisive force in the organisation of the universe of meaning and ordering of the world by people. *The scientific novelty* lies in the study of theoretical approaches to visual culture and understanding of representation concept in visual culture in the context of national identity. *Conclusions.* As of the beginning of the third decade of the 21st century, visualisation is seen as one of the universal characteristics of contemporary culture, due to the growth of visual artefacts that are rapidly filling the socio-cultural space. In modern scholarly research, visual representations are seen as a means not so much of reflecting their prototypes through figurative or textual codes as of transforming them, as well as articulating and constructing social processes. Representations in visual culture (photography, cinematography, mass media, advertising, visual arts, etc.) influence the social image, everyday socio-cultural practices and communications. Visual culture, which is as important an indicator as narrative, offers a “different” perspective on how national identity is constructed or represented. The way of thinking of each nation allows it to develop a special form of visual culture.

Keywords: visual culture; representation; national identity; image; depiction; visibility



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.