

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ISSUES IN CULTURAL STUDIES

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS**

**ВИПУСК
ISSUE 36**

**Засновано у 2003 р.
Founded in 2003**

**КІЇВ
КНУКІМ PUBLISHING
CENTRE**

**КІЇВ
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР
КНУКІМ**

2020

Київський національний університет культури і мистецтв

Питання культурології

Збірник наукових праць

У збірнику висвітлюються актуальні питання теорії та історії української і світової культури, культурологічні проблеми, сучасні форми культурно-історичного розвитку людства.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 5 від 01.12.2020 р.)

Голова редакційної ради

Михайло Поплавський – д-р пед. наук, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної ради

Валентина Бездрабко – д-р іст. наук, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Тетяна Гуменюк** – д-р філос. наук, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Тетяна Долбенко** – д-р культурології, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна).

Головний редактор

Ірина Петрова – д-р культурології, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Заступник головного редактора

Юрій Горбань – канд. культурології, доц., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Відповідальний секретар

Оксана Білецька – канд. культурології, доц., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної колегії

Рута Адамоне – д-р філософії, проф., Університет Миколаса Ромеріса (Литва); **Мартіна Бласкова** – д-р філософії, проф., Університет в Жиліні (Словаччина); **Поліна Герчанівська** – д-р культурології, проф., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна); **Олена Гончарова** – д-р культурології, проф., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Ольга Копієвська** – д-р культурології, проф., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна); **Артур Крістовао** – д-р філософії, проф., Університет Трас-ос-Монте та Альто-Доро (Португалія); **Юлія Сабадаш** – д-р культурології, проф., Маріупольський державний університет (Україна); **Володимир Співак** – д-р філос. наук, Академія Державної пенітенціарної служби (Україна); **Любов Співак** – д-р психол. наук, проф., Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова (Україна); **Олена Хлисту** – д-р культурології, доц., Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Марзена Шмит** – проф., д-р PhD, Університет імені Адама Міцкевича в Познані та Археологічний музей в Познані (Польща).

Збірник наукових праць «Питання культурології» відображається в таких базах даних: DOAJ, Ulrichsweb, Index Copernicus, ResearchBib, Scilit, SIS, WORLDCAT, BASE, Crossref, Google Scholar, Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського, Наукова періодика України (УПАН).

Міністерством юстиції України видано Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ № 24362-14202 ПР від 03.03.2020 р.

Видання включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») відповідно до наказу МОН України від 24.09.2020 року № 1188 за спеціальністю 034 «Культурологія».

ISSN

Рік заснування

Періодичність

Засновник / адреса засновника

Адреса редакційної колегії

Видавництво

Сайт

E-mail

Телефон

ISSN 2410-1311 (Print)

ISSN 2616-4264 (Online)

2003

1 раз на рік

Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

Наукова бібліотека, вул. Є. Коновальця, 36, каб. 1, м. Київ, Україна, 01133

Видавничий центр КНУКІМ, вул. Чигоріна, 14, м. Київ, Україна, 01042

issues-culture-knukim.pp.ua

issues.culture@knukim.edu.ua

+38 (044) 529-61-38

© Київський національний університет культури і мистецтв, 2020

© Автори статей, 2020

За точність викладених фактів та коректність цитування відповідальність несе автор

Kyiv National University of Culture and Arts

Issues in Cultural Studies

Collection of Scientific Papers

The collection of research papers highlights the advanced issues of theory and history of Ukrainian and World culture, cultural issues, modern forms of cultural and historical development of mankind.

*Recommended for publication by the Academic Council
of Kyiv National University of Culture and Arts
(Minutes No. 5 of 01.12.2020)*

Chief of Editorial Council

Mykhailo Poplavskyy – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Members of Editorial Council

Valentyna Bezdrabko – Doctor of Historical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Tetiana Dolbenko** – Doctor of Cultural Studies, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Tetiana Humeniuk** – Doctor of Philosophy, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine).

Editor-in-Chief

Iryna Petrova – Doctor of Cultural Studies, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief

Yurii Horban – PhD in Cultural Studies, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Executive Editor

Oksana Biletska – Candidate of Cultural Studies, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Editorial board members

Ruta Adamoniene – Habil. Dr, Professor, Mykolas Romeris University (Lithuania); **Martina Blašková** – DSc in Philosophy, Professor, University of Žilina (Slovak Republic); **Polina Herchanivska** – Doctor of Cultural Studies, Professor, National Academy of Culture and Arts Management (Ukraine); **Olena Honcharova** – Doctor of Cultural Studies, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Olena Khlystun** – Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Olha Kopiiivska** – Doctor of Cultural Studies, Professor, National Academy of Culture and Arts Management (Ukraine); **Artur Kristovao** – DSc in Philosophy, Professor, University of Trás-os-Montes and Alto Douro (Portuguese Republic); **Yuliia Sabadash** – Doctor of Cultural Studies, Professor, Mariupol State University (Ukraine); **Liubov Spivak** – Doctor of Psychological Sciences, Professor, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine); **Volodymyr Spivak** – DSc in Philosophy, Academy of the State Penitentiary Service (Ukraine); **Marzena Szmyt** – Professor, Doctor habil., Adam Mickiewicz University in Poznan & Archaeological Museum in Poznan (Poland).

The Collection of Scientific Papers "Issues in Cultural Studies" is indexed in DOAJ, Ulrichsweb, Index Copernicus, ResearchBib, Scilit, SIS, WORLDCAT, BASE, Crossref, Google Scholar, Vernadsky National Library of Ukraine, and Ukrainian Research and Academic Network (URAN).

The Ministry of Justice of Ukraine issued the Certificate on the State Registration of the Printed Mass Media Series KV No. 24362-14202 PR of 03.03.2020.

The Journal is included in the category "B" of the List of scientific professional editions of Ukraine in the program subject area 034 "Cultural Studies" by Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 24 September 2020 № 1188.

ISSN	ISSN 2410-1311 (Print) ISSN 2616-4264 (Online)
Year of foundation	2003
Frequency	once a year
Founder / Postal address	Kyiv National University of Culture and Arts, 36, Ye. Konvaltsia St., Kyiv, 01133, Ukraine
Editorial board address	Scientific library, 36, Ye. Konvaltsia St., Off. 1, Kyiv, 01133, Ukraine
Publisher	KNUKIM Publishing Centre, 14, Chyhorina St., Kyiv, 01042, Ukraine
Web-site	issues-culture-knukim.pp.ua
E-mail:	issues.culture@knukim.edu.ua
Tel.	+38 (044) 529-61-38

© Kyiv National University
of Culture and Arts, 2020
© Authors, 2020

Вопросы культурологии

Сборник научных трудов

В сборнике изложены актуальные вопросы теории и истории украинской и мировой культуры, культурологические проблемы, современные формы культурно-исторического развития человечества.

Рекомендовано к печати Ученым советом
Киевского национального университета культуры и искусств
(протокол №5 от 01.12.2020 г.)

Председатель редакционного совета

Михаил Поплавский – д-р пед. наук, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Члены редакционного совета

Валентина Бездрабко – д-р ист. наук, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); **Татьяна Гуменюк** – д-р филос. наук, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); **Татьяна Долбенко** – д-р культурологии, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина).

Главный редактор

Ирина Петрова – д-р культурологии, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Заместитель главного редактора

Юрий Горбань – канд. культурологии, доц., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Ответственный секретарь

Оксана Белецкая – канд. культурологии, доц., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Члены редакционной коллегии

Рута Адамоне – д-р философии, проф., Университет Миколаса Ромериса (Литва); **Мартина Бласкова** – д-р философии, проф., Университет в Жилине (Словакия); **Полина Герчановская** – д-р культурологии, проф., Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств (Украина); **Елена Гончарова** – д-р культурологии, проф., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); **Ольга Копиевская** – д-р культурологии, проф., Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств (Украина); **Артур Кристовао** – д-р философии, проф., Университет Трас-ос-Монте и Альто-Дору (Португалия); **Юлия Сабадаш** – д-р культурологии, проф., Мариупольский государственный университет (Украина); **Владимир Спивак** – д-р филос. наук, Академия Государственной пенитенциарной службы Украины (Украина); **Любовь Спивак** – д-р психол. наук, проф., Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова (Украина); **Елена Хлистун** – д-р культурологии, доц., Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); **Марзена Шмит** – проф., д-р PhD, Университет имени Адама Мицкевича в Познани и Археологический Музей в Познани (Польша).

Научный журнал отображается в следующих базах данных: DOAJ, Ulrichsweb, Index Copernicus, ResearchBib, Scilit, SIS, WORLDCAT, BASE, Crossref, Google Scholar, Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского, Научная периодика Украины (УРАН).

Министерством юстиции Украины выдано Свидетельство о государственной регистрации печатного средства массовой информации Серия KB № 24362-14202 ПР от 03.03.2020 г.

Издание включено в Перечень научных профессиональных изданий Украины (категория «Б») в соответствии с приказом МОН Украины от 24.09.2020 года № 1188 по специальности 034 «Культурология».

ISSN

Год основания

Периодичность

Основатель / Адрес основателя

Адрес редакционной коллегии

Издательство

Сайт

E-mail

Телефон

ISSN 2410-1311 (Print)

ISSN 2616-4264 (Online)

2003

1 раз в год

Киевский национальный университет культуры и искусств, ул. Е. Коновальца 36, г. Киев, Украина, 01133

Научная библиотека, ул. Е. Коновальца, 36, каб. 1, г. Киев, Украина, 01133

Издательский центр КНУКИМ, ул. Чигорина, 14, г. Киев, Украина, 01042

issues-culture-knukim.pp.ua

issues.culture@knukim.edu.ua

+38 (044) 529-61-38

© Киевский национальный университет культуры и искусств, 2020
© Авторы статей, 2020

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ КУЛЬТУРИ

Петрова Ірина Владиславівна	▪ Метамодернізм як культурологічна концепція	14
Русаков Сергій Сергійович	▪ Теоретична модель колообігу культури як культурологічний підхід у вивченні феноменів сучасної культури	24
Лисинюк Марина Віталіївна, Голобородько Олег Олегович	▪ Медіакультура: сутнісні особливості і функції	38
Іщенко Євгеній Олександрович	▪ Концепція «місць пам'яті» П'єра Нора в контексті досліджень про колективну пам'ять	49
Отрішко Марина Анатоліївна	▪ Культурна пам'ять міст	60
Бабій Надія Петрівна	▪ Актуальні культурно-мистецькі практики та процеси: проблематика наукового дискурсу	69
Турчак Леся Іванівна	▪ Невідомий автор всесвітньо відомої пісні: біографіка як вектор культурологічного дослідження	79
Фабрика-Процька Ольга Романівна	▪ Функціонування та збереження українських народних інструментів на території Словаччини	90
Шевелюк Михайло Михайлович	▪ Поняття культурного туризму та його класифікації	99
Дичковський Степан Іванович	▪ Інтеграція туризму в процеси культури	110
Зараховський Олександр Євгенович	▪ Використання археологічних об'єктів Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу	120
Носенко Богдана Едуардівна	▪ Український проект культуральних студій: адаптація французького досвіду	137

Сом-Сердюкова Олена Миколаївна	Дорога як частина культурного ландшафту Норвегії: зміна світоглядної парадигми	147
Рішняк Олег Богданович	Реставраційна діяльність і глобальні загрози: трансформації теоретичних концепцій	156
Данилиха Наталія Романівна	Формування етичних цінностей в Римській імперії як культурологічний феномен	166
Миколаєнко Марина Юріївна	Роль перекладу рекламних текстів у формуванні міжкультурної комунікації	177
Совгира Тетяна Ігорівна	Віртуальний образ та його відповідність створеним матеріальним артефактам	187

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ТА ОСВІТНІ ПРАКТИКИ

Гаєрилюк Алла Степанівна	Сприйняття та викладання художньої творчості за текстами харківського культуролога Олексія Селівачова	195
Кириченко Альона Олегівна	Використання технологій віртуальної реальності в сучасних концертних шоу	206
Короленко Євгенія Олегівна, Швец Ірина Григорівна	Комунікативні здібності в роботі івент-менеджера	219
Кошелєва Оксана Борисівна	Візуальна культура як чинник формування інноваційних технологій навчання: досвід Київського національного університету культури і мистецтв	228
Кириленко Катерина Михайлівна	Впровадження флешмобу в навчальний процес підготовки спеціаліста галузі культури і мистецтва (на прикладі освітнього досвіду Київського національного університету культури і мистецтв)	239

Устименко Леся Миколаївна, Булгакова Наталія Валеріївна	▪ Підготовка фахівців культурно-рекреаційної сфери в контексті інтеграції туристичної та wellness-індустрії	250
Шмаюк Ольга Юріївна	▪ Культурно-дозвіллевий центр як інноваційний заклад особистісного розвитку	260
Червінська Леся Іванівна	▪ Формування бренду івент-заходів як технологія просування вітчизняного образу	269
РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОВІДОМЛЕННЯ		
Гуменюк Тетяна Костянтинівна	▪ Теоретичне переосмислення феномену фестивалі у сучасному культурознавстві	280
Голубець Орест Михайлович	▪ Національна мистецька спадщина – гарант збереження ідентичності та самобутності	283

CONTENTS

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

<i>Iryna Petrova</i>	▪ Metamodernism as a Concept of Cultural Studies	14
<i>Serhii Rusakov</i>	▪ The Theoretical Model of Circuit of Culture as a Cultural Approach to Study Contemporary Cultural Phenomena	24
<i>Maryna Lysyniuk, Oleh Holoborodko</i>	▪ Media Culture: Essential Features and Functions	38
<i>Yevhenii Ishchenko</i>	▪ Pierre Nora's Concept of "Places of Memory" in the Context of Research on Collective Memory	49
<i>Maryna Otrishko</i>	▪ Cultural Memory of Cities	60
<i>Nadiia Babii</i>	▪ Contemporary Art and Cultural Practices and Processes in Scientific Discourse	69
<i>Lesia Turchak</i>	▪ Unknown Author of a World-Famous Song: Biographical Research as Cultural Studies Agenda	79
<i>Olha Fabryka-Protska</i>	▪ Functioning and Preservation of Ukrainian Folk Instruments on the Territory of Slovakia	90
<i>Mykhailo Sheveliuk</i>	▪ The Concept of Cultural Tourism and Its Classification	99
<i>Stepan Dychkovskiy</i>	▪ Integration of Tourism into Cultural Processes	110
<i>Oleksander Zarakhovskiy</i>	▪ Use of Archaeological Sites of Cherkasy Region as a Tourist and Excursion Resource	120
<i>Bohdana Nosenok</i>	▪ Ukrainian Project of Culture-Based Studies: Adaptation of the French Experience	137
<i>Olena Som-Serdiukova</i>	▪ The Road as a Part of Norway's Cultural Landscape: Culture Shift	147

<i>Oleh Rishniak</i>	▪ Restoration Activity and Global Threats: Transformations of Theoretical Concepts	156
<i>Nataliia Danylykha</i>	▪ The Ethical Values Formation in the Roman Empire as a Cultural Phenomenon	166
<i>Maryna Mykolaïenko</i>	▪ The Role of Advertising Texts Translation in the Formation of Intercultural Communication	177
<i>Tetiana Sovhyra</i>	▪ Virtual Image and Its Compliance with the Created Material Artefacts	187

ARTS AND CULTURAL, EDUCATIONAL PRACTICES

<i>Alla Havryliuk</i>	▪ Perception and Teaching Issues in Artistry through the Texts of Alexey Selivachyov, Kharkiv Cultural Studies Scholar	195
<i>Alyona Kyrychenko</i>	▪ Virtual Reality Technology for Contemporary Concert Shows	206
<i>Yevheniia Korolenko, Iryna Shvets</i>	▪ Communicative Skills in the Work of Event Manager	219
<i>Oksana Koshelieva</i>	▪ Visual Culture as a Factor in the Formation of Innovative Learning Technologies: the Case of the Kyiv National University of Culture and Arts	228
<i>Kateryna Kyrylenko</i>	▪ Implementing a Flashmob Method for the Specialists Teaching and Training in the Field of Culture and Arts (the Case of the Kyiv National University of Culture and Arts)	239
<i>Lesia Ustymenko, Nataliia Bulhakova</i>	▪ Training of Cultural and Recreational Specialists in the Context of Tourist and Wellness Industry Integration	250
<i>Olha Shmaiun</i>	▪ Cultural and Leisure Centre as Innovative Institution of Personal Development	260
<i>Lesia Chervinska</i>	▪ Event Brand Building as a Technology for Promoting the National Image	269

REVIEWS, COMMENTS, REPORTS

<i>Tetiana Humeniuk</i>	▪ Festivities Phenomenon: Conceptual Reinterpretation in Contemporary Cultural Studies	280
<i>Orest Holubets</i>	▪ National Art Heritage as a Pillar of Distinctness and Identity Preservation	283

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

Петрова Ирина Владиславовна	▪ Метамодернизм как культурологическая концепция	14
Русаков Сергей Сергеевич	▪ Теоретическая модель круговорота культуры как культурологический подход в изучении феноменов современной культуры	24
Лисинюк Марина Витальевна, Голобородько Олег Олегович	▪ Медиакультура: сущностные особенности и функции	38
Ищенко Евгений Александрович	▪ Концепция «мест памяти» Пьера Нора в контексте исследований о коллективной памяти	49
Отришко Марина Анатольевна	▪ Культурная память городов	60
Бабий Надежда Петровна	▪ Актуальные культурно-художественные практики и процессы: проблематика научного дискурса	69
Турчак Леся Ивановна	▪ Неизвестный автор всемирно известной песни: биографика как вектор культурологического исследования	79
Фабрика-Процкая Ольга Романовна	▪ Функционирование и сохранение украинских народных инструментов на территории Словакии	90
Шевелюк Михаил Михайлович	▪ Понятие культурного туризма и его классификации	99
Дычковский Степан Иванович	▪ Интеграция туризма в процессы культуры	110
Зараховский Александр Евгеньевич	▪ Использование археологических объектов Черкащины как туристско-экскурсионного ресурса	120

Носенок Богдана Эдуардовна	▪ Украинский проект культуральных студий: адаптация французского опыта	137
Сом-Сердюкова Елена Николаевна	▪ Дорога как часть культурного ландшафта Норвегии: изменение мировоззренческой парадигмы	147
Ришняк Олег Богданович	▪ Реставрационная деятельность и глобальные вызовы: трансформации теоретических концепций	156
Данилиха Наталья Романовна	▪ Формирование этических ценностей в Римской империи как культурологический феномен	166
Миколаенко Марина Юрьевна	▪ Роль перевода рекламных текстов в формировании межкультурной коммуникации	177
Совгира Татьяна Игоревна	▪ Виртуальный образ и его соответствие созданным материальным артефактам	187

КУЛЬТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

Гаврилюк Алла Степановна	▪ Восприятие и преподавание художественного творчества по текстам харьковского культуролога Алексея Селивачёва	195
Кириченко Алена Олеговна	▪ Использование технологий виртуальной реальности в современных концертных шоу	206
Короленко Евгения Олеговна, Швец Ирина Григорьевна	▪ Коммуникативные способности в работе ивент-менеджера	219
Кошелева Оксана Борисовна	▪ Визуальная культура как фактор формирования инновационных технологий обучения: опыт Киевского национального университета культуры и искусств	228

Кириленко Екатерина Михайловна	▪ Внедрение флешмоба в учебный процесс подготовки специалиста сферы культуры и искусства (на примере образовательного опыта Киевского национального университета культуры и искусств)	239
Устименко Леся Николаевна, Булгакова Наталья Валерьевна	▪ Подготовка специалистов культурно-рекреационной сферы в контексте интеграции туристической и wellness-индустрии	250
Шмаюк Ольга Юрьевна	▪ Культурно-досуговый центр как инновационное заведение личностного развития	260
Червинская Леся Ивановна	▪ Формирование бренда ивент-мероприятий как технология продвижения отечественного образа	269

РЕЦЕНЗИИ, ОТЗЫВЫ, СООБЩЕНИЯ

Гуменюк Татьяна Константиновна	▪ Теоретическое переосмысление феномена фестивалии в современном культуроведении	280
Голубец Орест Михайлович	▪ Национальное художественное наследие – гарант сохранения идентичности и самобытности	283

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221039

UDC 008:[130.2:141.78

METAMODERNISM AS A CONCEPT OF CULTURAL STUDIES

Iryna Petrova

Doctor of Art Studies, Professor,

ORCID: 0000-0002-8146-9200, e-mail: petrovaiw@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

36, Ye. Konovaltsia St., Kyiv, Ukraine, 01133

For citation:

Petrova, I. (2020). Metamodernism as a Concept of Cultural Studies. *Issues in Cultural Studies*, (36), 14-23. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221039>.

Abstract

The essence of metamodernism as a concept of cultural studies is analysed in the article. The article points out the expediency of conceptualization of the cultural features of the (post) postmodernism era, on the one hand, and the need to develop adequate approaches, different from the traditional ones, for the implementation of a cultural analysis of a new research direction and modern world trends, on the other. The purpose of the article deals with a critical understanding of metamodernism as a contemporary concept of cultural studies. Comparative, analytical, and systematic methods were used to achieve the research objectives. The application of these methods allows us to substantiate the intertextuality of traditional cultural strategies that encourage the creation of a new discursive field; to “read” the changing and unpredictable cultural processes of the 21st century; to analyse the significant issues of metamodernism in the context of the relevance of the present-day needs. Conclusions. It has been proved that the concept of metamodernism is characterized by the dialectical ambiguity and the mixture of different directions of scientific research. In the scientific discourse of our time, metamodernism is studied as a cultural paradigm, a philosophical trend or a period of the historical development of culture. The essence of metamodernism as a concept of cultural studies is reduced to the so-called language of sensuality, which contributes to the understanding of the aesthetic and cultural advantages of the present and is developed not by studying of the individual, isolated phenomena, but through the continuous studying of trends that dominate in the culture, the combination of styles and conventions of the past with the strategies and passions of the present. It has been emphasized that metamodernism goes beyond the previous paradigms, avoiding deconstruction, irony, relativism, nihilism, trying to revive sincerity, hope, romanticism, the potential for a great narrative and universal truths.

Keywords: cultural studies; metamodernism; postmodernism; modernism; oscillation; discourse

Introduction

The first decades of the 21st century are characterized by the rethinking of the existing concepts of cultural studies, the emergence and crystallisation of new ones. Today, the cultural dominant is metamodernism, which, combining the forms, methods, and visions inherent in modernism and postmodernism, creates a new language of sociocultural reality, based on an “open approach to the study of the world” (Rönkkö). Its influence is felt in various spheres of social activity: economics, politics, computer science, culture, art, which makes scientists reflect on the metamodern state of modern culture; to develop tools for the definition and analysis of modern cultural phenomena and trends, on the one hand, and building a holistic cultural theory, on the other hand.

At the end of the 20th – beginning of the 21st century, the cultural space was enriched with works where the idea of postmodernism as a cultural period that comes to the end is substantiated: due to various factors, but above all – levelling of historicity, the fading of affect, lack of depth and its replacement with superficiality (Jameson, 2018). Researchers point to the inability of orthodox postmodern theory to describe and analyse modern cultural – primarily discursive – practices (Spivakovskii, 2018, p.197).

It is worth mentioning the research of A. Kroker and D. Cook (*The Postmodern Scene. Excremental Culture and Hyper-Aesthetic*, 1986), L. Hutcheon (*The Politics of Postmodernism*, 1989), A. Furlani (*Postmodern and After: Guy Davenport*, 2002), A. Kirby (*The Death of Postmodernism And Beyond*, 2006; *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*, 2009), N. Brooks and J. Toth (*The Mourning After: Attending the Wake of Postmodernism*, 2007; *The Passing of Postmodernism*, 2010), R. Eshelman (*Performatism, or the End of Postmodernism*, 2008), S. Burn (*Jonathan Franzen at the End of Postmodernism*, 2011), M. K. Holland (*Succeeding Postmodernism: Language and Humanism in Contemporary American Literature*, 2013). Thus, A. Kirby justifies the idea that the theory of postmodernism is slowly but steadily departs into oblivion, not reminding of itself in the modern market of culture either in film, music and book industry, or in scientific discourse. “The theory has served its purpose, its cultural movement has faded, its impotence and uselessness are felt... Today, people who produce and consume a cultural product... have abandoned the ideas of postmodernism and its forms” (Kirby, 2006).

At the same time, the scientific space is enriched with alternative concepts aimed at understanding the senses, tendencies and meanings of the contemporary world of culture. The cultural discourse of the late 90s and early 2000s outlines the themes of supramodernism (M. Augé), altermodernism (N. Bourriaud), hypermodernism (G. Lipovetsky), post-postmodernism/performatism (R. Eshelman), neomodernism (A. Zhitenev), automodernism (R. Samuels) or digimodernism (A. Kirby), the beginning of the century/debut de siècle (M. Epstein), metavirtualism (O. Donska, O. Elkan). However, none of these options has gained popularity and a certain constancy in the scientific community.

The most thoroughly developed and promising concept claiming to be an equivalent alternative to postmodernism has become the concept of metamodernism,

which absorbed dialectically ambiguous theoretical concepts. Metamodernism, as the dominant cultural paradigm of the 21st century is studied by A. Dumitrescu, H. Freinacht, T. Vermeulen and R. van den Akker, C. Moraru, and others. In 2017, the first academic collection of essays “Metamodernism Historicity, Affect and Depth after Postmodernism” was published, in which the authors attempted to understand social changes and summarise the main tendencies in the context of metamodern categories, and in 2018 there was the monographic study of H. Freinacht “The Listening Society: A Metamodern Guide to Politics, Book One (Metamodern Guides 1)”.

In the Ukrainian humanities, there are practically no detailed works devoted to the analysis of metamodernism as an object of cultural studies. The only exceptions are individual articles and discursive materials discussed by the public on the pages of periodicals and individual websites, as well as cultural and artistic events that partially or generally correlate with the metamodern concept (Drozdovskyi, 2013; Liutyi, 2018; Miroshnychenko, 2017, etc.).

■ **Purpose of the Article**

The purpose of the article is a critical understanding of metamodernism as a contemporary concept of cultural studies. To substantiate the intertextuality of traditional cultural strategies that encourage the creation of a new discursive field; to “read” the changing and unpredictable cultural processes of the 21st century; to analyse the significant issues of metamodernism in the context of the relevance of the present-day needs. Comparative, analytical, and systematic methods were used to achieve the research objectives.

■ **Main research material**

The term metamodernism has appeared in the 1970s and is used in philology, art, aesthetics, philosophy, and social sciences (Zavarzadeh, Okediji, Furlani, Dumitrescu, and Dember). However, as a cultural paradigm, it does not attract much public attention until the Norwegian researcher T. Vermeulen and the Dutch scientist R. van den Akker publish their vision of the essence of metamodernism in their work “Notes on metamodernism”, emphasising that the proposed substantiation for the metamodern concept is not derived from the previously published points of view (Vermeulen & van den Akker, 2010). Western researchers argue that the historical preconditions for metamodernism were the synergy of such factors as protest and populist movements, terrorist acts, climate changes, computerisation of society, and the global financial crisis. “Everything that is a System has destabilised everything that is Life on a planetary scale, and the metamodern structure of sensuality, with the corresponding logic for it, has become dominant precisely because of these conditions” (Vermeulen & van den Akker, 2017, p. 6).

Since the end of the 20th century, the museum exhibitions (one of the first was the thematic exhibition “Postmodernism – Style and Subversion 1970–1990”, the Victoria and Albert Museum), conferences (“After Postmodernism”, 1997; “Writing History after Postmodernism”, 2009, “Reconstructing Postmodernism”, 2011, and others) have been organized in support of metamodernism as a cultural trend; there

have been issues of periodicals (“Adbusters”, 2010, “American Book Review”, 2013), in which individual contemporary artists and cultural figures were identified as metamodernists (R. Bolaño, D. Eggers, H. Murakami, F. Wallace, others); internet sites and social network pages have been created (<http://www.metamodernism.com>, <https://metamodernism.wordpress.com>, <https://www.ignant.com>, <https://metamoderna.org>, <https://biggggidea.com>, etc.), which enabled an active dialogue between various participants of the cultural process.

“Notes on Metamodernism” by R. van den Akker and T. Vermeulen prompted the English artist L. Turner to publish the official “The Metamodernist Manifesto” (Turner, 2011) in 2011. The Manifesto calls for liberation from modernist ideological naivety, cynical postmodernism insincerity, and inertia as their common consequence. L. Turner states that metamodernism is, first of all, “the mercurial condition *between, among and beyond*: irony and sincerity, educational naivety and understanding, relativism and truth, pragmatic idealism and moderate fanaticism, optimism and doubts, in the pursuit of numerous disparate and elusive horizons. We must go forth and oscillate!” (Turner, 2011). The essence and objectives of the metamodern project are developed by L. Turner in the article “Metamodernism: A Brief Introduction” (Turner, 2015) and on the website “metamodernism.com” (founded in 2009 by R. van den Akker and T. Vermeulen), co-editor of which is the British artist.

Having analysed scientific works and generalised approaches to the definition of the concept of “metamodernism”, we can say that the latter is studied as a cultural paradigm, philosophical tendency and historical period.

Metamodernism as a cultural paradigm and cultural logic of the Internet era is imbued with contradictions, tensions, ideological oppositions and ambiguous achievements. It partly coincides with postmodernism, partly arises from it as a reaction to postmodern fragmentation, individualism, analyticism and specialisation, and is based on the idea of the numerous interrelations of contemporary cultural phenomena (Dumitrescu, n.d.b). It is developed not by studying separate, isolated phenomena, but through the continuous studying of tendencies that dominate the culture, the combination of styles and conventions of the past with the strategies and passions of the present (Akker R. van den, Vermeulen T., 2019).

Metamodernism is the creation of the language of sensuality (O. Dumitrescu defines this trait as “cultural sensitivity” or “cultural metamorphosis”), which contributes to the understanding of aesthetic and cultural advantages of present (Akker R. van den, Vermeulen T., 2019). To explain this idea, metamodernists use the concept of “oscillation” as a form of individual experience that is not inherent in other cultural epochs. Oscillation is reduced to the destruction of stable states, stimulation of the sense of continuity of movement, constant fluctuations and shakes of the already familiar and established: metamodernism dynamically fluctuates between irony and enthusiasm, sarcasm and sincerity, eclecticism and purity, the processes of destruction and creation (Akker R. van den, Vermeulen T., 2019).

However, both the use of the concept of “oscillation” and its interpretation are perceived by various scholars quite critically and ambiguously. In particular, O. Dumitrescu emphasises that the core aspect in this process is, first of all, not fluctuation, but the ethical aspect (Dumitrescu, n.d.a). At the same time, most scholars agree

that the society of metamodernism is a society of complex and numerous relations formed under the influence of doubts, hopes, deep searches and dynamic changes (Savoiskii, 2016).

Metamodernism as a historical period changes the era of modernism (the first half of the 20th century) and postmodernism (the second half of the 20th century) and describes the processes of human functioning in the 21st century (values, aspirations, life dreams, achievements, motives of the individual). As R. van den Akker notes, “metamodernism is only a phase in the development of western capitalist society ... and, of course, is not its final stage” (Syundyukov, 2017). H. Freinacht is convinced that the perception of metamodernism as a historical stage of development, and not just as a cultural paradigm, makes it more powerful and universal tool for understanding the changes that are taking place in the contemporary world, because “metamodern people ... function differently ... they intuitively see the world differently than their modernist and postmodern fellow citizens” (Freinacht, 2018). However, this movement is hindered by a person’s lack of understanding of how he wants to see his future and what narrative tools to use to approach it (Syundyukov, 2017).

Metamodernism as a philosophy and intellectual alternative to modernism and postmodernism reflects “a clear but ultimately open position on life, science, reality, spirituality, art, society, and man” (Freinacht, 2018), trying to define “what is the true reality” (Freinacht, 2017). Metamodern philosophy, which, according to R. van den Akker, was originated in the continental philosophy and the Western tradition of Marxism (Syundyukov, 2017), is to be, at the same time, subtly ironic and unshakably sincere, idealistic and Machiavellian, responsible for the creation of man as a personality; able to recognize the inconstancy of things and phenomena, because life is a continuous variable flow, the process of emergence, development, immanence and inevitability of decline; able to give priority to playfulness in life, “which requires us to be extremely serious, due to extraordinary opportunities for untold suffering and bliss” (Freinacht, 2018). This integration as a core feature of metamodernism is substantiated in the work of Feldman (Feldman, 2003, p. 297): he analyses metamodernism as a paradigm of thinking; a worldview that forms the perception and orientation of a person in this world. This integrative ability of metamodernism gives grounds for some scholars to state that in the near future there will be the formation of Homo Integralis – “a man of integrity, equidistant from the guilt of modernism and the shamelessness of postmodernism, able to solve his spiritual and evolutionary problems” (Savoiskii, 2016).

The semantic emphases of metamodernism are reflected in its principles, thoroughly developed by S. Abramson (2015; 2016). Among them: syncretism, dialogicity, paradoxicality, comparison, remote collapse, multiple subjectivity, collaboration, simultaneity and generative ambiguity, optimism, interdisciplinarity, reconstruction, efficiency and influence, no obstacles and boundaries between real and abstract structures, flexible intertextuality.

As we can see, the essence of metamodernism is not reduced to general metanarratives, a clearly defined idea, ideology or theoretical concept. However, the principles of the metamodern concept are aimed at creation of positive changes both

in separate communities and around the world (Abramson, 2015). In general, the ethics of metamodernism is manifested in the revival of responsibility for nature and the future, which significantly distinguishes it from the current trend of dominance over nature (Dumitrescu, n.d.a).

It is impossible to ignore works containing criticism of metamodernism as such, which has not proved its theoretical ability and is characterised by unreasoned statements, unfounded socio-philosophical generalisations, ideological “superficiality” and “content infertility” (Zhitenev, 2012; Pavlov, 2018; Sednin, 2017) and is, in fact, a “fantasy of a new cultural paradigm” (Kardash, 2019). The transformation of metamodernism into the leading concept of our time is hindered by a superficial study of the Internet influence on the evolution of popular culture; the fragmentation and “selectivity” of “metamodern thought”; metamodernists’ inattention to social problems (Pavlov, 2018). “Until metamodernism states something about the epoch in its totality at the proper level of theoretical and socio-philosophical generalisations, we can’t talk about its indispensable hegemony” (Pavlov, 2018).

O. Dumitrescu is convinced that the term “metamodernism”, in the meaning proposed by Vermeulen and Akker, has a rather generalised approach to the description of cultural and artistic events and phenomena, and the lack of a single organizational principle/principles does not allow characterising contemporary cultural processes as purely metamodern (Dumitrescu, n.d.a). Dutch scholars’ representation of metamodernism as a paradigm of dialogue does not protect them from complete ignoring of other points of view regarding the use of the concept of “metamodernism” (Dumitrescu, n.d.a). After all, most aspects of the definition of metamodernism in the works of Vermeulen and Akker reflect recent events of postmodernism and postmodern sensuality rather than postulate a new sensuality (Dumitrescu, n.d.a), and the concept of oscillation is used as a “typically postmodern thesis”.

Conclusion

The dialectically ambiguous theoretical system of metamodernism attracts the attention of the scientific community thanks to the works of T. Vermeulen and R. van den Akker, the manifestos of L. Turner and M. Epstein, the works of S. Abramson, O. Dumitrescu, H. Freinacht, St. Feldman, and others. The metamodern discourse is characterised by a mixture of different directions of scientific research – cultural research, artistic reviews, economic forecasts and sociological statistics, philosophical, religious and psychological reflections. The critics of metamodernism as a concept of cultural studies insist on the conventionality and palliativity of the term, the limited and superficial study of the new theoretical system; the wandering of thoughts between epistemological and ontological descriptions of the theoretical foundations of the new concept.

Metamodernism is studied as a cultural paradigm (the so-called language of sensuality, which contributes to the understanding of the aesthetic and cultural advantages of the present), a philosophy of culture (as an intellectual trend that can integrate the best achievements of modernism and postmodernism), and a historical period (which is the next stage of social development). Metamodernism goes beyond previous paradigms, avoiding the “naïve” ideological positions of modernism and

deconstruction, irony, relativism, postmodern nihilism, trying to revive sincerity, hope, romanticism, develop the potential for a great narrative and the confirmation of universal truths. Instead of studying existing, established phenomena (modernists) or non-existent, imaginary ones (postmodernists), metamodernists focus the attention of a person on the process of formation a phenomenon.

The conducted research does not limit the range of scientific issues, on the contrary – it calls for the updating of the discussion on theoretical and practical issues that are waiting for urgent coverage. After all, significant changes in cultural practices and discursive formations of the present prove significant differences of the world perception between modernism and postmodernism.

References

- Abramson, S. (2015). *Ten Basic Principles of Metamodernism*. HUFFPOST. http://www.huffingtonpost.com/seth-abramson/ten-keyprinciples-inmet_b_7143202.html [in English].
- Abramson, S. (2016). *Five More Basic Principles of Metamodernism*. HUFFPOST. https://www.huffpost.com/entry/five-more-basic-principle_b_7269446 [in English].
- Akker, R. van den, & Vermeulen, T. (2019). Periodizatsiya 2000-kh, ili poyavlenie metamodernizma [The periodization of the 2000s, or the emergence of metamodernism] (V. Lipka, Trans.). *Metamodern: zhurnal o metamodernizme*. <http://metamodernizm.ru/emergence-of-metamodernism> [in Russian].
- Akker, R. van den, Vermeulen, T., & Gibbons, E. (Eds.). (2017). *Metamodernizm: istorichnost', affekt i glubina posle postmodernizma [Metamodernism: Historicity, Affect and Depth After Postmodernism]*. RIPOK klassik [in Russian].
- Bunnell, N. (2015). Oscillating from a Distance: A Study of Metamodernism In Theory and Practice. *Undergraduate Journal of Humanistic Studies*, 1, 1–8. https://d31kydh6n6r5j5.cloudfront.net/uploads/sites/111/2019/07/ENGL_Bunnell_FINAL.pdf [in English].
- Drozdovskyi, D. (2013). Literatura y vizualne mystetstvo epokhy metamodernizmu: Transhresia, trans-mihratsiia, tranzityvnist [Literature and visual art of the metamodern era: Transgression, trans-migration, transitivity]. *Suchasni problemy khudozhnoi osvity v Ukraini*, 8, 248–255 [in Ukrainian].
- Dumitrescu, A. (n.d.a). *Metamodernism in Art: Oscillation vs Integration and Interconnections*. Metamodernism.wordpress. Retrieved March 1, 2020, from <https://cutt.ly/Thz7577> [in English].
- Dumitrescu, A. (n.d.b). *Metamodernism as a Paradigm of Integration*. Metamodernism.wordpress. Retrieved Juli 1, 2020, from <https://cutt.ly/phz5cBh> [in English].
- Eshelman, R. (2001). Performatism, or the End of Postmodernism. *Anthropoetics*, 6(2), 2–13. www.anthropoetics.ucla.edu/ap0602/perform.htm [in English].
- Feldman, St. M. (2005). Problem of Critique: Triangulating Habermas, Derrida, and Gadamer within Metamodernism. *Contemporary Political Theory*, 4, 296. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1522251 [in English].
- Frainacht, H. (2018). *Metamodernizm: pidkorennia terminu [Metamodernism: the conquest of the term]*. Velyka ideia. <https://biggggidea.com/practices/metamodernizm-pidkorennya-terminu/> [in Ukrainian].

- Freinacht, H. (2015). *You're not metamodern before you understand this. Pt. 1: Game Change*. Metamodernizm. <http://metamodernizm.ru/you-are-not-metamodern-part-1/> [in English].
- Freinacht, H. (2015). *You're not metamodern before you understand this. Pt. 2: Proto-Synthesis*. Metamodernizm. <http://metamodernizm.ru/you-are-not-metamodern-part-2/> [in English].
- Freinacht, H. (2017). *Metamodern View of Science*. Metamoderna. <http://metamoderna.org/metamodern-view-of-science/?lang=en> [in English].
- Jameson, F. (2018). *Postmodernizm, ili Kul'turnaya logika pozdnego kapitalizma [Postmodernism, or Cultural Logic of Late Capitalism]* (D. Kralechkin, Trans.). Izdatel'stvo Instituta Gaidara [in Russian].
- Kardash, A. (2019). *Kritika filosofskikh osnovanii metamoderna [Criticism of the philosophical foundations of metamodern]*. Sigma. <https://syg.ma/@insolarance-cult/kritika-filosofskikh-osnovanii-mietamodierna> [in Russian].
- Kirby, A. (2006). *The Death of Postmodernism And Beyond*. Philosophy Now. https://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond [in English].
- Liutyi, T. (2018). *Eklektichni chasy: metamoderna skrynka Pandory [Eclectic times: Pandora's metamodern box]*. Velyka ideia. <https://biggggidea.com/practices/eklektichni-chasi-metamodernij-optimizm-tarasa-lyutogo/> [in Ukrainian].
- Miroshnychenko, V. (2017). Metamodernizm, ostsylitsiia, interpeliatsiia [Metamodernism, oscillation, interpellation]. *Kultura Ukrainy. Seriya: Kulturolohiia*, 55, 109–117 [in Ukrainian].
- Pavlov, A. (2018). Obrazy sovremenosti v XXI veke: metamodernizm [Images of modernity in the XXI century: metamodernism]. *Logos*, 28(6), 1–18 [in Russian].
- Savoiskii, E. (2016). Proekt "Metamodern": k preodoleniyu spektaklya [Project "Metamodern": to overcome the performance]. *Metamodern: zhurnal o metamodernizme*. http://metamodernizm.ru/metamodern_project [in Russian].
- Sednin, A. (2017). O chem molchit metamodern? [What is the metamodern silent about?]. *Metamodern: zhurnal o metamodernizme*. <https://cutt.ly/hhxXz71> [in Russian].
- Spivakovskii, P. (2018). Metamodernizm: kontury glubiny [Metamodernism: contours of depth]. *Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology*, 4, 196–211 [in Russian].
- Syundyukov, N. (2017). Interv'yu s Robinom van den Akkerom [Interview with Robin van den Akker]. *Metamodern: zhurnal o metamodernizme*. <http://metamodernizm.ru/robin-van-den-akker> [in Russian].
- Turner, L. (2011). *Metamodernist Manifesto*. Metamodernism. <http://www.metamodernism.org> [in English].
- Turner, L. (2015). *Metamoderism: a brief introduction*. Metamodernism. <http://www.metamodernism.com/2015/01/12/metamodernisma-brief-introduction/> [in English].
- Vermeulen, T., & Akker, R. van den. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*, 2(1), 1–14. <http://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> [in English].
- Zhitenev, A. A. (2012). *Poeziya neomodernizma [Poetry of neo-modernism]* [Monograph]. INAPRESS [in Russian].

■ МЕТАМОДЕРНІЗМ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНА КОНЦЕПЦІЯ

■ Петрова Ірина Владиславівна

Доктор культурології, професор,
ORCID: 0000-0002-8146-9200, e-mail: petrovaiw@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтва,
Київ, Україна

■ Анотація

У статті аналізується сутність метамодернізму як культурологічної концепції. Відзначається доцільність концептуалізації особливостей культури доби (пост)постмодернізму з одного боку, та необхідність опрацювання адекватних підходів, відмінних від традиційних, для здійснення культурологічного аналізу нового дослідницького напрямку й сучасних світових трендів – з іншого. Мета дослідження полягає у критичному усвідомленні метамодернізму як сучасної культурологічної концепції. Для досягнення завдань дослідження використано компаративний, аналітичний, системний методи. Їхнє застосування дозволяє обґрунтувати інтертекстуальність традиційних культурних стратегій, що спонукають до творення нового дискурсивного поля; «прочитати» мінливі й непередбачувані культурні процеси XXI ст.; проаналізувати значущі положення метамодернізму в контексті релевантності потреб сьогодення. Висновки. Доведено, що метамодерністична концепція характеризується діалектичною неоднозначністю та сумішшю різних напрямів наукових пошуків. У науковому дискурсі сучасності метамодернізм вивчається як культурна парадигма, філософська течія або ж період історичного розвитку культури. Сутність метамодернізму як культурологічної концепції зводиться до так званої мови чуттєвості, що сприяє розумінню естетичних і культурних переваг сьогодення й набуває розвитку не шляхом вивчення окремих, ізольованих одне від одного явищ, а завдяки неперервному прочитанню домінуючих в культурі тенденцій, поєднанню стилів і умовностей минулого із стратегіями та пристрастями сучасності. Наголошується на тому, що метамодернізм виходить за межі попередніх парадигм, уникаючи деконструкції, іронії, релятивізму, нігілізму, намагаючись відродити щирість, надію, романтизм, потенціал для великого наративу та універсальних істин.

■ **Ключові слова:** культурологія; метамодернізм; постмодернізм; модернізм; осциляція; дискурс

■ МЕТАМОДЕРНИЗМ КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ

■ Петрова Ирина Владиславовна

■ *Доктор культурологии, профессор,*

ORCID: 0000-0002-8146-9200, e-mail: petrovaiw@gmail.com,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

■ Аннотация

В статье анализируется сущность метамодернизма как культурологической концепции. Отмечается целесообразность концептуализации особенностей культуры эпохи (пост)постмодернизма с одной стороны, и необходимость разработки адекватных подходов, отличных от традиционных, для осуществления культурологического анализа нового исследовательского направления с учетом современных мировых трендов – с другой. Цель исследования заключается в критическом осознании метамодернизма как современной культурологической концепции. Для достижения задач исследования использованы компаративный, аналитический, системный методы. Их применение позволяет обосновать интертекстуальность традиционных культурных стратегий, побуждающих к созданию нового дискурсивного поля; «прочитать» изменчивые и непредсказуемые культурные процессы XXI в.; проанализировать значимые положения метамодернизма в контексте релевантности потребностей настоящего. Выводы. Доказано, что концепция метамодернизма характеризуется диалектической двусмысленностью и синтезом различных направлений научных поисков. В научном дискурсе современности метамодернизм изучается как культурная парадигма, философское течение или исторический период развития культуры. Сущность метамодернизма как культурологической концепции сводится к так называемой чувственности, что способствует пониманию эстетических и культурных преимуществ настоящего и которая развивается не путем изучения отдельных, изолированных друг от друга явлений, а благодаря непрерывному изучению доминирующих в культуре тенденций, сочетанию стилей и условностей прошлого со стратегиями современности. Подчеркивается, что метамодернизм выходит за пределы предыдущих парадигм, избегая деконструкции, иронии, релятивизма, нигилизма, стараясь возродить искренность, надежду, романтизм, потенциал для большого нарратива и универсальных истин.

■ **Ключевые слова:** культурология; метамодернизм; постмодернизм; модернизм; осцилляция; дискурс

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221040
УДК 008:130.2

ТЕОРЕТИЧНА МОДЕЛЬ КОЛООБІГУ КУЛЬТУРИ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ВИВЧЕННІ ФЕНОМЕНІВ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

Русаков Сергій Сергійович

Кандидат філософських наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-8494-9445, e-mail: gum-korpus@ukr.net,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтва,
вул. Лаврська, 9, корп. 15, Київ, Україна, 01015

Для цитування:

Русаков, С.С. (2020). Теоретична модель колообігу культури як культурологічний підхід у вивченні феноменів сучасної культури. *Питання культурології*, (36), 24-37. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221040>.

Анотація

Мета статті – обґрунтувати вагомість і можливості застосування теоретичної моделі колообігу культури для вивчення ціннісно-сміслових аспектів феноменів сучасної культури, проаналізувавши досвід впровадження зазначеної моделі. У дослідженні використані методи аналізу та узагальнення, за допомогою яких з'ясовано особливості використання теоретичної моделі колообігу культури. Також використано герменевтичний підхід – для дослідження сміслових аспектів культурних феноменів. Наукова новизна полягає в обґрунтуванні перспектив використання моделі колообігу культури для аналізу феноменів сучасної культури в рамках вітчизняних культурологічних студій. Висновки. Встановлено, що використання моделі колообігу культури, яка пропонує вивчення значень в контексті здобуття людиною соціокультурного досвіду, значно розширює дослідницькі рамки інтерпретації ціннісно-сміслові сфери людини. Доведено, що теоретична модель є значимою, адже відповідає особливостям української культурології та може бути використана як складова методології досліджень смісловитворчого аспекту феноменів сучасної культури. Для підтвердження перспективності використання культурологічного кола наведено авторську розробку ціннісно-сміслового аспекту колообігу значень каштана в контексті міської культури Києва та продемонстровано потенціал цієї моделі для аналізу сучасного мистецтва та артринку. Дослідження, які спираються на п'ять взаємозалежних процесів – репрезентацію, ідентичність, виробництво, споживання та регулювання – потребують детального розгляду світоглядних орієнтирів людини, повсякденних соціальних практик, стилю життя та способів розуміння дійсності, а також вивчення творів мистецтва та офіційної документації, що засвідчує можливості різностороннього вивчення цінностей та смислів, які циркулюють у динамічному просторі культури. Стаття є частиною культурологічного дослідження артринку як сфери

функціонування сучасного мистецтва і спрямована на пошук сучасної методології. Обґрунтовано доцільність використання моделі колообігу культури як теоретичної основи, що уможлиблює вивчення специфіки формування значень під час здобуття людиною досвіду в різних соціокультурних умовах.

■ **Ключові слова:** модель колообігу культури; культурологічне коло; цінності; значення; міська культура; арттринок

■ **Вступ**

Багатовимірність предмету культурології та її міждисциплінарні зв'язки сприяли формуванню різноманітних методів дослідження культури. Відомий філософ та культуролог М. Каган (2007) підкреслював, що вибір методів та підходів у вивченні культури визначаються цілями, які ставляться дослідниками. Кожен метод має свої переваги та недоліки, проте, зважаючи на складність досягнення особливостей нових феноменів культури, вбачаємо потребу в методології, яка відповідає новим вимогам. Враховуючи цю обставину, вважаємо за необхідне розглянути теоретичну модель колообігу культури, яка була розроблена британськими дослідниками сфери культури і знайшла підтримку серед широкого кола науковців.

Модель колообігу культури є найбільш ефективним науковим підходом для аналізу смислових аспектів різноманітних феноменів сучасної культури, а також демонструє потенціал у вивченні класичних текстів культури в ціннісно-смислового просторі сучасної людини. Практичність цієї моделі полягає у всебічному вивченні смислотворчого аспекту культури, який виникає в результаті досягнення культурних текстів та визначенні їхньої цінності.

Основним джерелом нашої оглядової розвідки є підхід, який запропоновано в англійських культурологічних розробках. Вперше ця теоретична модель була використана у праці «Історія Sony Walkman» (du Gay et al., 1997), де процес створення значень розглядається як безперервна нелінійна дія. Аналізуючи матеріальний культурний артефакт дю Гай, сприяє появі нового напрямку досліджень сфери культури, тому ця методологія впевнено стає основою для аналізу низки феноменів сучасності – реклама, кіно і телебачення, журнали, музична індустрія, наукова журналістика, туризм, міжнародні студентські програми в австралійських школах та ін.

Теоретична модель культури стала основною складовою методології монографії «Визначальні моменти: культурна біографія Джейн Ейр» Філіппа Грея (Grey, 2004), який досліджує способи за допомогою яких різні соціокультурні практики (написання роману, публікація, рецензування книжки, читання, адаптація та вивчення англійської культури) впливають на інтерпретацію різних смислів цього тексту.

Серед впливових публікацій варто згадати дослідження, яке ґрунтуючись на моделі колообігу, аналізує важливу роль культури в міжнародних відносинах, вивчає особливості конфлікту ідентичностей, який пов'язаний з традиційною китайською культурою та глобальним брендом Starbucks (Han & Zhang, 2009).

Нами не було виявлено оглядових, аналітичних, науково-методичних публікацій з цієї теми, тому констатуємо відсутність теоретичної та практичної розробки моделі колообігу культури в українській культурології.

■ **Мета статті**

Аналіз можливостей застосування теоретичної моделі колообігу культури у детальному вивченні сучасних культурних об'єктів і феноменів та обґрунтування значимості моделі для розширення тематичної сфери української культурології. У дослідженні використані такі методи як аналіз та узагальнення з метою з'ясування особливостей використання теоретичної моделі колообігу культури. Також використано герменевтичний підхід – для дослідження смислових аспектів культурних феноменів. Постановка завдань обумовлюється тим фактом, що традиційні методи культурологічних досліджень не дають змогу різностороннього детального вивчення феноменів сучасної культури як простору формування смислів, тому нашим завданням є актуалізація теоретичної моделі колообігу в українській культурологічній думці та визначення перспектив її використання.

■ **Виклад матеріалу дослідження**

Сучасна людина живе у вирі культурних подій та щодня взаємодіє з культурними текстами, яким надається більше чи менше значення. Всі ці зміни змушують шукати відповідь щодо смислотворчої сутності культури в сучасних умовах і її можливостей для людини. Усталений підхід до вивчення культури як сфери матеріальних та духовних досягнень поступово почав втрачати свою ефективність, тому дослідникам довелося формувати нові способи вивчення сучасної соціокультурної ситуації. Таким чином дослідниками Великобританії вдосконалено теорію кодування-декодування Стюарта Голла та розроблено модель колообігу культури. Для вивчення питання співіснування людини з низкою феноменів сучасності, на думку авторів цього підходу, варто звертатись до широкого спектра соціального досвіду, тобто людину потрібно розглянути в «широкому контексті культурних процесів» (du Gay et al. 1997, с. 46).

Вагомий внесок у методологічний інструментарій вивчення сучасної культури здійснено представниками британського напрямку Cultural Studies, в рамках якого виокремлюється особливий ракурс вивчення смислотворчого характеру культури. Така позиція заявлена у працях Раймонда Вільямса, засновника вищезгаданого напрямку досліджень сфери культури у Великобританії, зокрема йдеться про розгляд культури як способу життя, матеріального, інтелектуального та духовного (Williams, 1976, с. 16).

Теоретична модель колообігу культури («circuit of culture») розглядає культуру як обіг значень («shared meanings») і спрямована на аналіз низки культурних об'єктів. Витоки наукової ідеї сягають британського Центру сучасних культурних досліджень, тому є закономірним продовженням розвитку методології Cultural Studies.

Підкреслюючи важливість розуміння значущих соціокультурних процесів, колективом науковців, до якого увійшли Пол дю Гай, Стюарт Голл (один з впливових представників Cultural Studies), Лінда Джейнс, Г'ю Мекей та Кіт Негус, роз-

робляється спеціальна методологія, яка спрямована на вивчення формування та обіг ціннісно-смыслових аспектів. Автори пропонують використання теоретичної моделі для вивчення постійного процесу творення значень людиною під час здобуття соціокультурного досвіду.

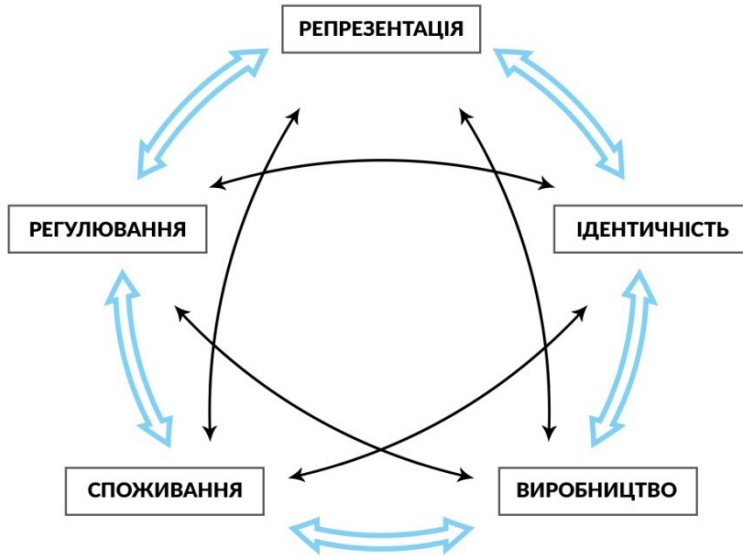


Рисунок 1. Колообіг культури
Figure 1. The circuit of culture

Запропонована ідея активно обговорюється світовими науковцями та, попри певну суперечливість, поступово перетворюється на одну з провідних теорій сучасної культурології. Відповідно до цього підходу соціокультурний досвід людини розглядається в контексті п'яти взаємозалежних смислотворчих процесів: *репрезентація – ідентичність – виробництво – споживання – регулювання* (рис. 1). Ця концепція розширює модель кодування-декодування Стюарта Голла (Leve, 2012, с. 2), уможливаючи «створення загального культурного простору, в якому смисл створюється, формується, модифікується та відтворюється» (Curtin & Gaither, 2007, с. 38). Розглянемо складові цієї теоретичної моделі:

Репрезентація – це «форма, яку приймає об'єкт, та значення, які закодовані в цій формі» (Curtin & Gaither, 2007, с. 40). Об'єкти набувають значення в залежності від того як ми їх уявляємо» (Hall, 1997, с. 3). Це дискурсивний процес, «соціально сконструйований через символічну систему або дискурс» (Curtin & Gaither, 2007, с. 99).

Ідентичність – це процес або сукупність практик, що беруть участь у встановленні за допомогою маркування схожості та відмінності того, хто є «я» щодо «вас» і хто є «ми» щодо «них» (Grey, 2004, с. 27).

Виробництво охоплює процес створення будь-яких товарів та комунікативних повідомлень, які «навмисно вписуються в певні смисли і асоціації в міру їх виробництва і поширення» (du Gay et al., 1997, с. 5). Для Стюарта Голла це процес наповнення або кодування, на який впливають норми культури, конкретні обставини, технологічна доступність та економічні чинники.

Споживання – це процес декодування значень, які були закодовані творцями, тому споживачі розглядаються як активні співтворці значень. Люди схвалюють культурний текст, який знаходить відгук, або ж навпаки відхиляють у зв'язку з відсутністю внутрішнього взаємозв'язку, ґрунтуючись на соціальному контексті повсякденного життя та осмислюючи продукт відповідно до своїх культурних моделей та систем цінностей.

Регулювання охоплює різні види контролю на різноманітних рівнях, який здійснюється за допомогою законів, політики та правил. Цей елемент моделі колообігу формує відчуття правильного та неправильного, сприяє розмежуванню прийнятного та неприйнятного в певному культурному контексті, а також «формує контекст, в якому здійснюються людські відносини» (Curtin & Gaither, 2007, с. 38).

Як зазначають автори, то це елементи, які разом узяті є тим, що ми маємо на увазі під «культурним вивченням» конкретного об'єкта» (du Gay et al., 1997, с. 4). Особливістю культурологічного кола є взаємозв'язок всіх процесів, які залучені у створення та обіг значень, формуючи таким чином ефективну теоретичну модель для розгляду культурних значень, які виникають внаслідок взаємодії з культурним текстом. Проведення досліджень крізь призму цих п'яти елементів, на думку представників Cultural Studies, сприяє формуванню повноцінного розуміння ціннісно-сислового простору сучасної культури.

Наведемо кілька прикладів використання моделі колообігу культури. В першу чергу, варто згадати спробу з'ясування культурного значення популярного портативного аудіоплеєра Sony Walkman, яке у 1997 році здійснено вищезгаданим авторським колективом. Для культурологічної традиції було непритаманно зосереджуватись на особливостях взаємодії людини з таким типом артефактів, тому дю Гай розпочинає з обґрунтування можливостей такого дослідження. Автор вважає, що надаючи значущості певному об'єктові ми розпочинаємо відлік для вивчення його смислотворчого потенціалу в культурологічній площині:

«Ми можемо говорити, думати й уявляти його. Він також є «культурним», оскільки пов'язаний з певним набором соціальних практик (наприклад, слухання музики під час подорожі поїздом), які є специфічними для нашої культури або способу життя. Він є культурним, тому що пов'язаний з певними типами людей (молодь або прихильники музики); з певними місцями (місто, відкрите повітря, прогулянки музеєм), тому що отримав або набув соціальний профіль або ідентичність. Він також є культурним, тому що представлений у наших візуальних мовах і засобах комунікації» (du Gay et al., 1997, с. 10).

Дослідження Sony Walkman як культурного об'єкта на основі моделі колообігу культури засвідчило, що такий підхід уможливорює дослідження сучасних артефактів та феноменів не лише з технологічного, а й ціннісно-сислового ракурсу. Спочатку підхід був спрямований на масові форми культури економічного

ґатунку, проте швидко набуває визнання серед науковців, адже дає змогу зосередитись на питанні створення і поширення різноманітних значень на основі культурологічних розвідок широкого кола тем.

Іншим прикладом ілюстрації потенціалу моделі культурологічного кола стане авторська розвідка щодо особливостей формування, сприймання та рецепції значень каштана в контексті міської культури. Це культурологічна інтерпретація того, що каштан може символізувати, яку здійснено крізь призму п'яти смислотворчих процесів – репрезентація, ідентичність, виробництво, споживання та регулювання.

Модель колообігу культури уможливорює вивчення феноменів культури у ціннісно-смысловому аспекті, який виникає внаслідок аналізу широкого контексту соціокультурних процесів. Тому актуалізуючи міську культуру як комплекс значень та практик, які пов'язані з різними аспектами життя людей крізь призму п'яти смислотворчих процесів культурологічного кола, ми маємо можливість розглянути соціокультурні практики, культурну політику та інституції тощо, які впливають на формування значень щодо різних феноменів. Ми розглядаємо Київ як локальну культуру, в якій обертаються певні культурні артефакти та об'єкти (феномени), які отримують додаткові значення, працюють як символи та розпізнаються як частина локального дискурсу, наприклад: Дніпро – не тільки ріка, а й символ могутності й життєвості, каштан – естетизація простору, Хрещатик – центральна вісь, київські схили – єднання природи та міста.

Наприклад, в разі вивчення ролі значення каштана в контексті міської культури Києва, варто проаналізувати: зміни репрезентації каштана протягом багатьох років; відображення цих значень у формуванні ідентичності мешканців міста; стратегії кодування значень символу її творцями; різні інтерпретації значень, в тому числі ступінь його прийняття або неприйняття; регулятивний процес, що включає офіційні документи, які вплинули на формування значення символіки та творчий процес пов'язаний із зображенням каштана. Таким чином, культурологічне коло дає змогу вивчити еволюцію багатогранного значення каштана в контексті становлення, розвитку та утвердження міської культури Києва.

На нашу думку, така модель є доречною для використання під час культурологічних досліджень ціннісно-смыслові сфери різних об'єктів. Наприклад, сфери обігу значень творів сучасного мистецтва, які виникають у просторі артринку. Таке дослідження відповідатиме початковій ідеї дю Гая, адже твір мистецтва на артринку в першу чергу є товаром. Проте за визнанням низки дослідників цей сегмент ринку складно аналізувати лише відповідно до економічних правил. Вивчаючи обіг творів сучасного мистецтва крізь призму, ми зможемо актуалізувати ціннісно-смысловий аспект артринку. Проте згідно з метою нашої статті, важливим є досвід впровадження моделі колообігу культури до сфери вітчизняних культурологічних досліджень, тому апробація цієї теоретичної моделі відбудеться на прикладі обігу значень каштана в контексті міської культури.

Репрезентація. Процвітання міст, на думку соціолога Шарона Зукіна, залежить від їхньої візуальної репрезентації – на листівках, картах, фотографіях, фільмах. Зображаються частини міста, які з різних причин отримують додаткове

сміслові навантаження від містян або ж гостей міста. До найбільш важливих аспектів візуальної репрезентації відносяться будівлі, парки та вулиці.

Наприкінці XIX – початку XX ст. стають популярними листівки з краєвидами Києва, зображаються пам'ятники міста, театри, собори, будинки, вулиці. На більшості листівок простежуються зображення дерев каштанів, адже вони в цей час вже утвердились як складова міського ландшафту (див. регулювання). Водночас образ каштанів починає з'являтися на фасадах міських будинків, адже архітектори таким чином втілювали ідею позначення нового етапу містобудування.

Репрезентація міста через каштан відбувається через літературу, поезію, геральдику, сприяючи асоціюванню міста саме з цим деревом. Знаковим прикладом є пісня «Київський вальс», яка у 1950 році створюється на прохання випускників Київського медичного інституту і присвячується місту, яке навесні заповнюють квітучі каштани. Декоративним деревам, які повторно були висаджені в центральній частині міста під час відбудови Києва після завершення Другої Світової війни, вже незабаром надається значення стрімкого зростання міста, миру, сподівання на майбутнє, молодості.

Репрезентація міста через каштан відбулась на коробці кондитерського виробу «Київський торт». Для більшості цей торт має чітку асоціацію з Києвом, адже протягом тривалого періоду він продавався виключно у цьому місті. Виріб вирізнявся не лише новою рецептурою, а й круглим святковим пакуванням із зображенням спочатку пішохідного мосту, яке швидко було змінено на київські каштани. Малюнок каштана підкреслює культурний локус та посилює емоційно-чуттєву складову кулінарного бренду Києва. Образ зелених листочків екзотичного дерева на круглій коробці втілює додаткові значенні аспекти каштана в контексті міської культури. Отже, каштан відображено у низці культурних текстів, тому варто дослідити його вплив на формування ідентичності міського мешканця.

Ідентичність. Історія створення пісні «Київський вальс» на прохання студентів в контексті вивчення формування значень київського каштана стає чудовим культурологічним матеріалом, адже для студентів цей період життя є знаковим періодом формування ідентичності. Студентські роки – час становлення світогляду, здобуття досвіду та формування професійної та особистої життєвої траєкторії. Міський ландшафт безсумнівно перетворюється на один із зовнішніх чинників вироблення ціннісно-світоглядних орієнтирів, до яких варто зараховувати не лише будівлі, пам'ятники, інфраструктуру, але й сади, дерева, елементи ландшафту, кафе, ресторани, товари, пісні, які наповнюють змістом життя містян та гостей Києва.

Г. Горнова (2019) відзначає переважання афективної (емоційно-чуттєвої) складової під час формування ідентичності. Місця з посадженими екзотичними деревами стають магнітом для прогулянок, а враховуючи кількість зелених зон, можемо стверджувати про значний вплив каштана на суб'єктивні аспекти щодо вироблення приналежності до міської культури Києва.

Окремий важливий чинник формування ідентичності обумовлюється умовами життя людей в місті та впливом образів, які сформовані масовою та популярною культурою. Відомий український поет Юрій Рибчинський відзначає,

що в його дитинстві всюди з радіоприймачів лунали слова з пісні «Київський вальс»: «Знову цвітуть каштани, хвиля Дніпровська б'є. Молодість мила – ти щастя моє». Отже, прослідковуємо тісний взаємозв'язок формування ідентичності у міському просторі з наданням додаткового значення повсякденним культурним об'єктам, зокрема ключову роль для міської культури Києва відіграє каштан.

Виробництво позначає процес створення культурних об'єктів (продукти, повідомлення, концепції, досвід) на інституційному рівні. Ці інститути намагаються кодувати або асоціювати культурні тексти з певними значеннями. Наш огляд спрямований на розгляд значень, які отримує каштан в контексті міської культури, тому вважаємо за потрібне розглянути коли, ким і як саме відбулось формування його значення як символу міста.

Каштани в місті почали з'являтися наприкінці XVIII – початку XIX століть, саме в період формування нової міської культури Києва. Містян та гостей міста приємно вражають незвичним суцвіттям декоративні рослини на Подолі. Підкреслимо, що вперше у фокус уваги потрапляє дерево, призначення якого є не отримання плодів, а насолода від краси квітів. Таким чином в умовах формування нової міської культури XIX століття, каштан сприймається як нове київське дерево.

У XIX столітті відбувається активне розростання Києва як культурного, політичного та індустріального центру. Знаковим осередком першого напрямку стає Університет Святого Володимира, поряд з яким створюється ботанічний сад, який у 1842 році починають озеленювати екзотичними декоративними деревами. Вже через двадцять років це стане основою алеї каштанів, яка за свідченнями киевознавців швидко перетворюється в улюблене місце прогулянок для студентів та гімназистів. Таким чином рекреаційна зона на тодішній околиці міста, в основі якого насадження екзотичного декоративного дерева, утворює унікальний соціально-комунікативний простір, де відбуваються професійні та особисті зустрічі. Такі життєві моменти закарбовуються як складова юнацтва (це значення також посилюється завдяки асоціюванню рослини, що розквітає з молодістю, надією, енергійністю). Зазначимо, що процес виробництва та споживання, відповідно до концепції дю Гая, мають тісний взаємовплив, тому продовжимо огляд в рамках розгляду наступного смислотворчого етапу.

Споживання обумовлене активною діяльністю людини під час взаємодії з культурним об'єктом, яке потребує рефлексивних зусиль для визначення та усвідомлення ціннісно-сислової сфери. Вивчення обігу значень каштана взаємозалежне з попередніми елементами і впливає на весь процес актуалізації ціннісно-сислової сфери.

У рамках цього смислотворчого процесу важливо проаналізувати сприйняття значень крізь призму міських ідеалів, міфів, легенд, способів репрезентації. Одна з таких історій сягає XIX століття, коли на Бібіковському бульварі (нині – бульвар Тараса Шевченка) за одну ніч викорчували всі каштани. Києвознавець Анатолій Макаров вважає, що ця легенда свідчить про сприйняття каштана в контексті ліберальних настроїв киян і спробою відмежуватись від імперської політики: «Тополя, схожа на кипарис, слугувала ознакою вірності стародавнім

візантійським традиціям і зростала переважно в районах з казенною забудовою. А каштанам віддавала перевагу Київська дума і безпосередньо кияни, висаджуючи його в садибах і перед будинками на вулицях» (Музлова, 2018).

Каштан як об'єднавчий символ міста та мешканця в певну цілісність отримав таке значення водночас з поширенням зелених насаджень у місті. Створення значень обумовлено переживанням зв'язку з містом, який варто розглядати як смислотворчий світ та з яким можна вступати в комунікацію. Смислотворча діяльність пов'язана з безпосереднім пересуванням містом і його сприйманням, так і знаково-опосередкованою взаємодією з текстами та зображеннями, які символізують місто.

Каштан створює історичний контекст, який має не настільки глибоке коріння у порівнянні із загальною хронікою одного з найдавніших слов'янських міст, проте суб'єктивно утворює зв'язок з періодом розвитку міської культури, що активно впливає й на сучасні міські практики (будівлі XIX століття, назви вулиць, центральні магістралі тощо). Використання концепту міської ідентичності та певної ностальгії (згадаймо відомий вислів «Київ – місто каштанів») через позначення зеленим листком або асоціативною назвою простежується у створенні низки значень у сучасному динамічному соціокультурному просторі, зокрема реклами житлового комплексу «Столичні каштани». Супроводжуючи рекламну пропозицію зображенням каштана, відбувається конструювання дотичності до давнини Києва, хоча житловий комплекс розташовується далеко за межами історичних місць. Така інтерпретація також пояснюється бажанням створити екологоорієнтовані значення для потенційних інвесторів забудови. Отже, споживча практика розуміння значень каштана пов'язана зі смислотворчою діяльністю людини щодо місця проживання.

Регулювання. Історія появи каштанів на київських вулицях сягає XVIII століття, коли вони прикрашали садиби заможних киян та монастирі, але набули популярності у XIX столітті під час формування міської культури Києва. В цей період ми знаходимо перші офіційні спроби регулювання насаджень цього дерева, наприклад, у 1895 році Київська міська дума постановляє прикрасити каштанами вулиці Старокиївського району. Ймовірно, рішення обумовлене продовженням протиставлення імперській владі, але точно простежується формування особливостей міського простору, який пов'язаний з популяризацією цього екзотичного декоративного дерева. Проте вперше каштан як символ опинився на найвищому рівні регулювання у 1969 році під час затвердження герба Києва часів УРСР на якому було зображено щит, стилізовану квіточку гілочку каштана, лук та радянську символіку (автори Флоріан Юр'єв та Борис Довгань). Отже, каштан став офіційним символом Києва лише всередині XX століття. Зазначимо, що питання зображення каштана в ролі герба міста тісно пов'язане з першим елементом культурологічного кола – репрезентацією. У травні 1995 року сесія Київської ради повертає герб із зображенням Архангела Михаїла, а каштан займає роль неофіційного символу Києва. Зауважимо, що на офіційному сайті Київської міської ради історію каштана в ролі символу не відображено.

Отже, каштан з'являється у Києві як декоративне дерево, а в XIX столітті почав уособлювати політичне протистояння з імператорським центром. Збіль-

шуючи кількість насаджень, він перетворився на невіддільну складову міського ландшафту. Поступово каштан почав сприйматись як символ міста і сприяв його популяризації, адже екзотичні дерева ставали приводом мандрівок з інших місцевостей. Часто символи взаємопов'язані з географічно-природними особливостями міст, тому закономірно, що всередині ХХ століття дерево зображується на товарах, які позиціонуються виключно з Києвом і, врешті-решт, закарбовується на офіційному гербі. Міські символи сприяють формуванню ідентичності, тому каштан, який чудово адаптувався до кліматичних умов Києва, надихає представників творчої інтелігенції на написання творів мистецтва і згуртовує мешканців міста.

Іншим прикладом може стати дослідження артринку, адже він відповідає особливостям теоретичної моделі колообігу культури, бо є ціннісно-смысловим простором, який становить собою сукупність значень та практик для актуалізації сучасного мистецтва. Культурологічне коло дає змогу розширити розуміння артринку від економічних процесів купівлі-продажу творів мистецтва до простору створення нових значень. Такий підхід допоможе актуалізувати артярмарки, бієнале, художні виставки як унікальну організаційну структуру артринку, зокрема таку, що вирізняється творчою складовою. Нашою гіпотезою є твердження, що артринок як простір появи, презентації, обговорення художніх творів впливає на репрезентаційні стратегії сучасного мистецтва, формує ідентичність сучасної людини тощо. Таким чином, культурологічне коло дає змогу розглянути артринок як сферу колообігу значень щодо сучасного мистецтва і може бути проаналізований як ціннісно-смысловий простір, що пов'язаний з актуалізацією нових ідей та концептів. У такому випадку мистецтво слугує відправною точкою для дослідження, а інші аспекти артринку стають основою для вивчення смислів і цінностей, які він артикулює в різний час і в різних контекстах. Наприклад, процес виробництва обумовлений художньо-творчими аспектами діяльності художника або художниці. Основну увагу в такому дослідженні буде приділено складному процесу смислотворення, яке виникає в контексті артринку і сприяє породженню й поширенню різних значень, наприклад, про художню цінність, політичні аспекти тощо.

■ Висновки

Встановлено, що теоретична модель колообігу культури уможливіє розширення тематичної сфери української культурології, адже сприяє детальному вивченню сучасних культурних об'єктів та феноменів. Наведені приклади процесів смислотворення свідчать про можливість застосування цієї методології до різних соціокультурних систем, які продукують колообіг ціннісних та смислових аспектів. Використання цієї методології під час аналізу обігу значень щодо культурних об'єктів (наприклад, каштан) в рамках міської культури, або сучасного мистецтва в контексті артринку демонструють науковий потенціал такого культурологічного підходу у вивченні ціннісно-смыслові сфери. Проведений огляд значення каштана за допомогою моделі колообігу культури засвідчує перспективність його використання у культурологічних дослідженнях, адже дає змогу

систематизувати наявну інформацію, об'єднати знання з різних сфер, сприяти детальному вивченню створення та сприймання різноманітних значень у динамічному смислотворчому просторі культури.

Зауважимо на ефективності зосередження уваги на п'яти елементах теоретичної моделі, що підкреслює міждисциплінарний характер культурології, залучаючи в орбіту дослідження історичний, мистецтвознавчий, соціологічний, антропологічний, політичний та ін. аспекти. Модель колообігу культури надає можливість вивчення смислотворчої діяльності в різних сферах культури, що потребує також залучення філософського інструментарію.

Дослідницький потенціал моделі колообігу культури відповідає особливостям української культурології, адже сприяє розгляду ціннісно-сміслових орієнтирів людини, які втілюються в просторі культури. Підсумовуючи вищевикладене, підкреслимо доцільність використання моделі колообігу культури, яка сприяючи повноцінному аналізу створення, поширення, сприймання різних значень, уможливорює новий вектор розвитку культурологічних студій.

■ Список використаних джерел

- Горнова, Г. (2019). *Городская идентичность: философско-антропологические основания* [Монографія]. Амфора.
- Коган, М. (2007). *Культурология*. Высшее образование.
- Макаров, А. (2017). *Благодостройство старого Киева*. Скай Хорс.
- Музлова, Н. (2018, 15 ноября). *Прощание с каштаном*. Big Kyiv. <https://bigkyiv.com.ua/proshchanie-s-kashtanom/>.
- Curtin, P. A., & Gaither, T. K. (2007). *International Public Relations: Negotiating Culture, Identity, and Power*. SAGE Publications, Inc. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452224817>.
- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Sage Publications (in association with the Open University).
- Grey, F. (2004). *Defining Moments: A Cultural Biography of Jane Eyre*. Umeå: Institutionen för moderna språk, Univ.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications & Open University.
- Han, G., & Zhang, A. (2009). Starbucks is forbidden in the Forbidden City: Blog, circuit of culture and informal public relations campaign in China. *Public Relations Review*, 35(4), 395–401. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.07.004>.
- Leve, A. M. (2012). The Circuit of Culture as a generative tool of contemporary analysis: Examining the construction of an education commodity. In *Joint AARE APERA International Conference*, Sydney 2012 (pp. 1–12). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED544487.pdf>.
- Williams, R. (1976). *Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*. Croom Helm.

■ References

- Curtin, P. A., & Gaither, T. K. (2007). *International Public Relations: Negotiating Culture, Identity, and Power*. SAGE Publications, Inc. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452224817> [in English].

- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). *Doing cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Sage Publications (in association with the Open University) [in English].
- Gornova, G. (2019). *Gorodskaya identichnost': filosofsko-antropologicheskie osnovaniya [Urban identity: philosophical and anthropological foundations]*. [Monograph]. Amfora [in Russian].
- Grey, F. (2004). *Defining Moments: A Cultural Biography of Jane Eyre*. Umeå: Institutionen för moderna språk, Univ. [in English].
- Hall, S. (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications & Open University [in English].
- Han, G., & Zhang, A. (2009). Starbucks is forbidden in the Forbidden City: Blog, circuit of culture and informal public relations campaign in China. *Public Relations Review*, 35(4), 395–401. doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.07.004 [in English].
- Kagan, M. (2007). *Kul'turologiya [Culturology]*. Vyshee obrazovanie [in Russian].
- Leve, A. M. (2012). The Circuit of Culture as a generative tool of contemporary analysis: Examining the construction of an education commodity. In *Joint AARE APERA International Conference, Sydney 2012* (pp. 1–12). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED544487.pdf> [in English].
- Makarov, A. (2017). *Blagoustroistvo starogo Kieva [Improvement of old Kyiv]*. Skai Khors [in Russian].
- Muzlova, N. (2018, Oktober 15). *Proshchanie s kashtanom [Farewell to the chestnut]*. Big Kyiv. <https://bigkyiv.com.ua/proshchanie-s-kashtanom/> [in Russian].
- Williams, R. (1976). *Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*. Croom Helm [in English].

THE THEORETICAL MODEL OF CIRCUIT OF CULTURE AS A CULTURAL APPROACH TO STUDY CONTEMPORARY CULTURAL PHENOMENA

Serhii Rusakov

PhD, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-8494-9445, e-mail: gum-korpus@ukr.net,
National Academy of Culture and Arts Management,
Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to demonstrate the importance and applicability of the theoretical model of the circuit of culture for researching of axiological aspects of the contemporary cultural phenomena. The research methodology applies the methods of studying, analysis and generalisation to clarify the peculiarities of the theoretical model of the cultural circuit. There is a hermeneutical approach to study the semantic aspects of cultural phenomena. The scientific novelty of the article is in explanation of the prospects of using the model of the circuit of culture for analyses of the phenomena of contemporary culture in Ukrainian Cultural Studies. Conclusions. The article has identified the usage of the model of

the cultural circuit, which offers the studying of the meanings in the context of human social and cultural experience, significantly expands the research frameworks for the interpretation of the value-semantic sphere of people. The article has proved that the theoretical model is significant because it meets the peculiarities of Ukrainian Cultural Studies and can be used as a methodology of the research of the value-semantic aspect of phenomena in contemporary culture. To confirm the prospects of the usage of the circuit of culture, the author's own invention of the value-semantic element of the circuit of the culture of the chestnut symbol in the context of the urban culture of Kyiv is given, and the prospects of this methodology for the analysis of contemporary art and the art market are indicated. The research based on five connected processes as representation, identity, production, consumption, and regulation. They require a detailed examination of human ideology, everyday social practices, lifestyle and ways of understanding reality, as well as the study of works of art and official documentation, which testifies to the possibilities of diverse study of values and meanings that circulate in the dynamic area of culture. The article is a part of the cultural study of the art market as an area of functioning of contemporary art and aims to find a current methodology. The expediency of using the model of the circuit of culture as a theoretical basis is substantiated, which makes it possible to study the specifics of the creation of the meaning when a person gains experience in different social and cultural conditions.

■ **Keywords:** circuit of the cultural model; cultural circle; values; meaning; urban culture; art market

■ ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ КРУГОВОРОТА КУЛЬТУРЫ КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ ФЕНОМЕНОВ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

■ **Русаков Сергей Сергеевич**

■ *Кандидат философских наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-8494-9445, e-mail: gum-korpus@ukr.net,
Национальная академия руководящих кадров культуры и искусства,
Киев, Украина*

■ **Аннотация**

Цель статьи – обосновать значимость и возможности использования теоретической модели круговорота культуры для изучения ценностно-смысловых аспектов феноменов современной культуры, проанализировав опыт внедрения означенной модели. В исследовании использованы методы анализа и обобщения, что позволило выявить особенности использования теоретической модели круговорота культуры. Также использован герменевтический подход – для исследования и анализа смысловых аспектов городской культуры и арт-рынка. Научная новизна заключается в обосновании перспектив использования модели круговорота культуры для анализа феноменов современной культуры в рамках отечественных культурологических студий. Выводы. Установлено, что использование модели круговорота культуры, которая предлагает изучение значений

в контексте обретения человеком социокультурного опыта, значительно расширяет исследовательские рамки интерпретации ценностно-смысловой сферы человека. Доказано, что теоретическая модель является значимой, поскольку соответствует особенностям украинской культурологии и может быть использована как составляющая методологии исследований смысловторческого аспекта феноменов современной культуры. Для подтверждения перспективности использования культурологического круга приводится авторская разработка ценностно-смыслового аспекта круговорота значений каштана в контексте городской культуры Киева и продемонстрирован потенциал этой методологии для анализа современного искусства и арт-рынка. Исследования, которые опираются на пять взаимосвязанных процессов – репрезентацию, идентичность, производство, потребление и регулирование – требуют детального рассмотрения мировоззренческих ориентиров человека, повседневных социальных практик, стиля жизни и способов понимания действительности, а также изучения произведений искусства и официальной документации, удостоверяющей возможности разностороннего изучения ценностей и смыслов, которые циркулируют в динамическом пространстве культуры. Статья является частью культурологического исследования арт-рынка как сферы функционирования искусства и направлена на поиск современной методологии. Обоснована целесообразность использования модели круговорота культуры как теоретической основы, что делает возможным изучение специфики формирования значений при получении человеком опыта в различных социокультурных условиях.

■ **Ключевые слова:** модель круговорота культуры; культурологический круг; ценности; значение; городская культура; арт-рынок

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221042
УДК 008:316.774:654.1

МЕДІАКУЛЬТУРА: СУТНІСНІ ОСОБЛИВОСТІ І ФУНКЦІЇ

Лисинюк Марина Віталіївна^{1а}, Голобородько Олег Олегович^{2а}

¹Доктор філософії (культурологія),

ORCID: 0000-0002-0870-2176, e-mail: marina_lysynuk@ukr.net,

²Асистент кафедри операторської майстерності та фотомистецтва,

ORCID: 0009-0003-4276-8819, e-mail: ogoloborodko.tv@gmail.com,

^аКиївський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Лисинюк, М.В., Голобородько, О.О. (2020). Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології*, (36), 38-48. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221042>.

Анотація

Мета статті – розкрити сутнісні особливості та функції медіакультури. Розвиток сучасного суспільства нерозривно пов'язаний з інформаційно-комунікаційними технологіями, тому актуальним є визначення сутнісних особливостей і специфічних ознак медіакультури. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні методу адаптивно-діяльнісної культурології в комплексі з міждисциплінарним підходом, що дало змогу розкрити сутність, функції та структуру медіакультури. Наукова новизна полягає в культурологічному дослідженні діалектики взаємодії та взаємовпливу медіакультури як феномена інформаційного суспільства і процесів інформатизації початку XXI ст. Висновки. Визначено, що стрижнем всієї медійної культури є екранна та аудіовізуальна культура, які часто конкурують між собою. Відзначено, що медійна культура як соціокультурний феномен може трактуватися в широкому (соціальне середовище, що активно комунікує за допомогою символічного обміну) і вузькому (механізм культурної діяльності, що актуально проявляється в кожному когнітивному акті) розумінні. Виокремлено функції медіакультури: інформативна, комунікативна, нормативна, релаксаційна, креативна, інтеграційна, посередницька. Доведено взаємозв'язок медіакультури з культурою в традиційному розумінні останньої, а також зв'язок і взаємозалежність з іншими системами реальності. Вказано на особливості функціонування медіакультури в сучасному інформаційному просторі, її поліфункціональність, вплив на всі сфери життєдіяльності, зокрема схарактеризовано негативні впливи досліджуваного феномена і їх наслідки. Зазначено, що основним механізмом формування та відтворення медіакультури є медіаосвіта, яка повинна сприяти виявленню і реалізації творчого потенціалу особистості, виробленню аналітичного ставлення до явищ і фактів дійсності.

© Лисинюк М. В., 2020

© Голобородько О. О., 2020

Стаття надійшла до редакції: 04.11.2020

Йдеться про формування «людини медіакультури», про актуалізацію антропологічної концепції медіакультури, що забезпечить спадкоємність традицій існування в культурі на рівні особистості.

Ключові слова: культура; медіакультура; інформаційне суспільство

Вступ

У сучасному суспільстві, розвиток якого нерозривно пов'язаний з інформаційно-комунікаційними технологіями, масштаби розповсюдження яких зростають у геометричній прогресії, кожен новий вид медіа вбудовується у нові умови світоустрою. Цей процес, своєю чергою, змінює усталені форми соціальних взаємодій, руйнує звички людства, і пов'язаний із феноменом медіакультури як чинником інформаційної цивілізації. Однак, чіткого розуміння цього явища не існує. Тож, розглядаючи феноменологію медіакультури, актуальним є визначення її сутнісних особливостей і специфічних ознак, що дасть можливість розкрити не лише її функції, а й розглянути як систему.

Сьогодні накопичено значну кількість наукових праць, літератури, публікацій з питань медіакультури. Дослідницька парадигма бере свій початок у 70-х роках ХХ ст. Її вивчали представники різних наукових напрямів, включаючи філософів, педагогів, соціологів, мистецтвознавців і, звичайно ж, культурологів. Останнім часом саме в межах культурології осмислені різні аспекти функціонування медіакультури, підкреслений її найтісніший зв'язок із соціокультурними процесами сучасного суспільства тощо. Зокрема, теоретичні засади вивчення медіакультури та її роль у соціокультурному житті суспільства були закладені Г. Тардом (Tarde, 1969) та ін. У Західній Європі й США дослідження характеру та сутності мас-медіа здійснювали П. Лазарсфельд (Lazarsfeld, 1975), Г. Лассуелл (Lasswell, 1948) та ін., значення масової комунікації в історії й культурі вивчали М. Маклюєн (Маклюєн, 2004) і О. Тоффлер (1999). Д. Мак-Квейлом (2010) медіакультура розглянута як комунікаційне явище, тісно пов'язане із сучасними соціокультурними процесами. Д. Келлнер (Kellner, 1995), Дж. Бігнелл (Bignell, 2001) та інші закордонні дослідники розглядають медіакультуру у зв'язку із соціальними трансформаціями, Н. Кирилова (Кириллова, 2005) та Н. Кумелашвілі (Кумелашвили, 2011) звертають увагу на історичний контекст, а також на естетичні проблеми медіакультури. В. Возчиков (2007), І. Єлінер (Елинер, 2010) та О. Пугач (2000) розглядають медіакультуру у контексті розвитку інформаційного суспільства. На взаємовпливі медіакультури й інформаційного суспільства наголошує Л. Ороховська (2015), комунікаційний підхід до вивчення медіакультури презентований у працях Г. Почепцова (2013). Розвитку медіаосвіти і медіапсихології присвячені дослідження Л. Найдьонової (2007).

Попри те, що окремі аспекти заявленої проблеми широко представлені в наукових працях українських і закордонних дослідників, все ж вивчення сутнісних особливостей і функцій медіакультури вимагає нових досліджень проявів медіакультури в сучасному суспільстві, виконаних в межах культурології.

■ Мета статті

Мета статті – розкрити сутнісні особливості і функції медіакультури. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні принципів адаптивно-діяльної культурології в комплексі з міждисциплінарним підходом, що дало змогу розкрити сутність, функції та структуру медіакультури. Наукова новизна полягає в культурологічному дослідженні діалектики взаємодії і взаємовпливу медіакультури як феномена інформаційного суспільства і процесів інформатизації на початку XXI ст.

■ Виклад матеріалу дослідження

Поява медійної культури видається цілком закономірним етапом культурно-історичного розвитку суспільства (Кумелашвили, 2011, с. 8). Медіа, медіальність поступово нароцували свою присутність у культурі, тривалий час посилювали свій вплив на соціокультурні процеси, допоки не стали домінуючими. Таку позицію медійна культура здобула внаслідок актуалізації в суспільстві проблеми інформатизації, диверсифікації та інтенсифікації останньої, що за часом збіглося з посиленням експансії екранних форм культури, комп'ютеризацією всіх сфер сучасного життя. Така інтенсифікація суспільних процесів вимагала не конвенціонально позначених форм інформації, які виникали при використанні друкованих текстів (слова, цифри), а конкретної, унікальної і документально достовірної інформації, що ґрунтується на можливостях зображення. Не випадково наприкінці 60-х – початку 70-х років минулого століття потужно заявило про себе телебачення як комунікативний засіб, що поєднав у собі інформаційну потужність слова і зображення, можливості візуальних (фотографія), аудіальних (радіо, грамплатівки та ін.) та аудіовізуальних (кіно) текстів – текстів нового типу, які сьогодні звично називають медійними. Почалася ера домінування аудіовізуальної культури, або нових медіа – ТБ, відео, мультимедіа, інтернет. Подальшим каталізатором цього процесу став розвиток комп'ютерних технологій, які інтегрували в собі комунікативні можливості традиційних друкованих та нових медійних текстів. Мультимедійні та мережеві засоби комп'ютерних технологій зробили процес передачі інформації надзвичайно різноманітним, дієвим та при цьому оперативним і глобальним, завдяки віртуальності своїх повідомлень.

Враховуючи складність і масштабність медійної культури, її осмислення повинно ґрунтуватися на певних положеннях, зокрема: 1) медійна культура – це домінуюча культура інформаційного суспільства, що забезпечує формування соціокультурної картини світу за допомогою різних образів, які генеруються традиційними та електронними засобами масової інформації; 2) це культура-універсум, яка поєднала в собі народну, масову й елітарну культури та їх різновиди; 3) це метаповідомлення, де відображено світоглядний стан суспільства в різні періоди розвитку; 4) це знак дії, сила якого може бути скерована на маніпуляцію суспільною свідомістю або на розвиток людини, долучення її до кращих досягнень науки, культури, творчості; 5) це специфічний спосіб освоєння дійсності, що використовує різні знакові коди, який забезпечує найбільш адекватне відображення реальності (Возчиков, 2007, с. 10). При цьому стрижнем усієї медійної культури є екранна та аудіовізуальна культура, які досить

часто конкурують між собою. Очевидно, що медійна та аудіовізуальна культури – нетотожні. Так, аудіовізуальна культура визначається як «сфера культури, пов'язана із поширеними сучасними технічними способами записування і передавання зображення і звука (кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа)» (Левит, 1998, с. 46). Медійна культура є ширшим поняттям, що охоплює і друковані, і аудійні, і візуальні, і аудіовізуальні інформаційно-комунікативні засоби разом із сучасними текстами.

Виходячи з цього, деякі дослідники визначають медіакультуру як «сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення та функціонування в соціумі; щодо аудиторії «медіакультура» може бути системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання в сфері медіа» (Фёдоров, 2004, с. 116). В цьому ракурсі важко не помітити, що зміст медіакультури тут розкривається через розуміння культури та її традиційне визначення. Такий підхід до дослідження без сумніву можливий: не можна розглядати медіакультуру, відсторонившись від культури як такої, адже більшість дослідників відзначається, що медіакультура за своєю суттю не лише споріднена з культурою, а й є частиною її системи. Так, дослідник інформаційного суспільства Н. Коновалова (2004) розглядає медіакультуру як грань культури та уточнює її зв'язок з медіаспектом усіх видів життєдіяльності людей у суспільстві. Як специфічна галузь культури вона містить «культуру передавання інформації і культуру її сприйняття; може бути і системою рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати той чи інший медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа» (Кириллова, 2005, с. 5).

У загальних рисах медійна культура як соціокультурний феномен може трактуватися в широкому і вузькому розумінні. У широкому розумінні – це соціальне середовище, що активно комунікує за допомогою символічного обміну, який реалізує взаємодію між різними підсистемами суспільства. У вузькому розумінні медійна культура – це «механізм культурної діяльності, що актуально виявляється в кожному когнітивному акті, за допомогою медіальних і символічних форм реалізує внутрішні образні репрезентації, які відтворюють на сенсорному рівні об'єкти зовнішнього світу, і формує ті взаємозв'язки, в яких одиничне стає елементом цілісної системи, знаходячи форму впорядкованості в процесі духовного осягнення і тлумачення буття, формує сполучну тканину соціуму» (Кузнецова, 2010, с. 10–11).

Говорячи про особливості функціонування медіакультури, необхідно відзначити, що вчені виокремлюють такі її функції:

- інформативна (культура сама по собі є носієм інформації, завдяки їй стає можливим накопичення і множення інформації, отож медіакультура – соціальна інформація, яка зберігається і накопичується в суспільстві за допомогою знакових засобів, створюваних людством) (Кириллова, 2005, с. 63);
- комунікативна (тісний зв'язок цієї функції з попередньою є зрозумілим; завдяки комунікативній функції відбувається обмін інформацією в різних контекстах);

- нормативна, або ідеологічна (медіакультура несе відповідальність за процес соціалізації особистості, засвоєння нею соціального досвіду, норм, знань, ідеалів, які відповідають певному суспільству);
- релаксаційна, або розважальна (пов'язана з потребами людини у відпочинку; медіакультура пропонує спеціальні засоби розслаблення: від комп'ютерних ігор до інтерактивних видовищ ТБ);
- креативна (дає можливість для освоєння і перетворення світу, навколишнього життя, задовольнити власну допитливість в якій-небудь сфері; за допомогою інформації людина отримує знання й осмислює їх);
- інтеграційна (культура сприяє об'єднанню одного народу, вона зберігає все, що накопичено державою, створює зв'язок між поколіннями);
- посередницька (медіакультура є соціальним посередником, який встановлює зв'язок між структурами суспільства).

Таким чином, аналізуючи сукупність визначень поняття медіакультури та особливості її функціонування, стають помітними аналогії у визначенні поняття медіакультури, що, так чи інакше, трактується як тип або підсистема культури інформаційного суспільства. Безсумнівно, сучасна медійна культура являє собою системне ціле, глибоко вкорінене в соціальне середовище, яке сформувало свій медійний простір, що функціонує на основі знакового, символіко-медійного обміну. Серед її компонентів дослідники виокремлюють: матеріальний і духовний компоненти, творчі сили і здібності людини (Айгіна, 1993, с. 7); когнітивний (сукупність знань та уявлень про інформаційну картину світу), операційно-технологічний (сукупність алгоритмів людської діяльності, пов'язаної з обробкою інформації), психофізичний (сукупність певних психічних структур і загальних здібностей, необхідних для реалізації алгоритмів інформаційної діяльності) та аксіологічний (система ціннісних орієнтацій, етичних і моральних норм) компоненти (Пугач, 2000, с. 82). Подібне структурування медіакультури, по суті, виокремлює однакові елементи медіакультури, тільки різною термінологічною мовою – це сукупність міждисциплінарних знань, норм спілкування і відносини зі світом, певні вміння і навички особистості, досвід творчо-пошукової діяльності.

Розгляд медіакультури як одного із найважливіших аспектів культурної діяльності загалом дає дослідникам можливість розглядати її не просто як підсистему культури, а як складну ієрархічно розвинену систему, яка з морфологічної точки зору складається з різних рівнів, на кожному з яких відповідно до системного підходу можуть бути виявлені вужчі системи – підсистеми медіакультури (Кузнецова, 2010). Більш складним рівнем є рівень символічних форм, де можуть бути виокремлені підсистеми комунікативних засобів. Універсальною системою тут постає природна мова, а також невербальні за своїм характером мови – жестів, іконічні системи, оскільки вони являють собою сукупність елементів, що перебувають у багатовимірних відносинах один із одним й утворюють певну цілісну єдність, здатну функціонувати. Рівень символічної реальності – синтетичний рівень, на якому можуть бути виявлені складніші категорії, такі, як естетична реальність, медіареальність, віртуальна реальність. У цьому аспекті медіакультура як більш широка система може позиціонуватися як сере-

довище для всіх підсистем, що виокремлюються на перерахованих структурних рівнях. Сама ж медіакультура є підсистемою культури як однієї із систем соціального середовища, яка у взаємному обміні з нею проявляє свої специфічні функції (Кузнецова, 2010).

Дослідник мультимедійної системи в галузі культурології І. Єлінер зазначає, що структура системи медіа досить непроста, оскільки в її зміст входить радіо-, кіно-, телевізійні і комп'ютерні канали та глобальні інформаційні мережі, що володіють величезною цільовою аудиторією і силою впливу на неї. Називаючи вищеописані структурні одиниці медіа, вчений наголошує, що система містить елементи, якими є конкретна ТБ-програма, web-сайт тощо. Включення в неї групи різнорідних ТБ-програм і web-сайтів, що працюють на одну функцію (пізнавальну, розважальну, освітню), створює конгломерат системи. Блоком, виходячи з вищесказаного, є ТБ-канали, невеликі локальні, регіональні провайдери, взаємопов'язані один із одним і здатні підпорядкувати собі інші елементи і конгломерати (Єлінер, 2010, с. 15).

Отже, медіакультурі притаманне використання продуктів медіа в будь-якій сфері життєдіяльності, відсутність територіальних кордонів, одночасний синтез звукового, візуального, вербального, навіть, в сучасних медіа, запаху та смаку, формування принципово іншого типу мислення, а також інтерактивного сприйняття інформації та принципово інші взаємини автора і читача, виробника і споживача. При цьому життєдіяльність медіакультури, як і будь-якої іншої системи, неможливо розглядати відсторонено від інших систем, не враховуючи їх постійної взаємодії. Медіакультура нерозривно пов'язана з суспільством, культурою, мистецтвом та іншими системами існуючих реалій, тому закономірно, що медіакультура формує і світогляд, і побутову поведінку людини, прищеплює їй певні стандарти, моду і мовну практику, що не завжди має позитивні наслідки.

■ Висновки

Таким чином, медійна культура – соціокультурний феномен, який є соціальним середовищем, що активно комунікує за допомогою символічного обміну, реалізуючи взаємодію між підсистемами суспільства та як механізм культурної діяльності. Вона ґрунтується на таких положеннях: домінуюча культура інформаційного суспільства, що забезпечує формування соціокультурної картини світу; культура-універсум, яка поєднала в собі народну, масову й елітарну культури та їх різновиди; метаповідомлення, в якому відображено світоглядний стан суспільства; знак дії, що може бути скерована як на маніпуляцію суспільною свідомістю, так і на розвиток людини; специфічний спосіб освоєння дійсності. При цьому, зміст медіакультури розкривається через розуміння культури та її традиційне визначення.

Наголошено, що поняття медіакультури трактується як тип або підсистема культури інформаційного суспільства, функціями якої є: інформативна; комунікативна; нормативна, або ідеологічна; релаксаційна, або розважальна; креативна; інтеграційна; посередницька. Медіакультурі притаманне використання продуктів медіа в будь-якій сфері життєдіяльності, відсутність територіальних кордонів, одночасний синтез сприйняття усіма органами чуття, формування

принципово іншого типу мислення, інтерактивного сприйняття та принципово інші взаємини автора і читача, виробника і споживача.

Водночас медіакультура, формуючи світогляд та побутову поведінку людини, прищеплює їй певні стандарти, моду і мовну практику, що не завжди має позитивні наслідки. Тому, для подальшого розвитку суспільства необхідні цілеспрямовані дії з формування медіаосвіти, яка повинна сприяти виявленню і реалізації творчого потенціалу особистості, виробленню аналітичного ставлення до явищ і фактів дійсності. Тобто йдеться про формування «людини медіакультури», про актуалізацію антропологічної концепції медіакультури, що забезпечує, перш за все, спадкоємність традицій існування в культурі на рівні особистості.

При масштабному розвитку медіакультури можливі прояви однобокості, пов'язані з агресією мовлення, пасивною адаптацією і засобом створення нових негативних явищ та ін. Однак ці питання потребують окремого дослідження.

■ Список використаних джерел

- Айгіна, Т. Е. (1993). *Комплексный подход к воспитанию информационной культуры старших школьников* [Автореферат диссертации кандидата педагогических наук, Бишкек].
- Возчиков, В. А. (2007). *Философия образования и медиакультура информационного общества* [Автореферат диссертации доктора философских наук, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена].
- Елинер, И. Г. (2010). *Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе* [Автореферат диссертации доктора культурологии, Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств].
- Кириллова, Н. Б. (2005). *Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации* [Диссертация доктора культурологии, Российский институт культурологии].
- Коновалова, Н. А. (2004). *Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза* [Диссертация кандидата педагогических наук, Вологодский государственный педагогический университет].
- Кузнецова, Е. И. (2010). *Медиаальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды* [Автореферат диссертации доктора философских наук, Нижегородский государственный университет им. Н. А. Добролюбова].
- Кумелашвили, Н. У. (2011). *История медиакультуры: самоопределение от древности до Нового времени. Культура и цивилизация, 1, 8–26.*
- Левит, С. Я. (Ред.) (1998). *Культурология XX век.* Энциклопедия. Университетская книга.
- Мак-Квейл, Д. (2010). *Теорія масової комунікації* (О. Возьна, Г. Сташків, Пер.). Літопис.
- Маклюэн, М. (2004). *Средство само есть содержание.* В *Информационное общество* (с. 341–348). АСТ.
- Найдьонова, Л. А. (2007). *Перспективы развития медиаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіа культури.* В *Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи* (с. 162–168).
- Ороховська, Л. А. (2015). *Медіакультура у дзеркалі філософії історії* [Монографія]. Центрорук.

- Почепцов, Г. (2013). *Мерлин, Супермен и Гарри Поттер: конструирование нематериального в массовой культуре*. Спадщина.
- Пугач, О. И. (2000). *Формирование информационной культуры учащихся общеобразовательных школ как фактор гуманизации образования* [Диссертация кандидата педагогических наук, Самарский университет].
- Тоффлер, Э. (1999). *Третья волна*. АСТ.
- Фёдоров, А. В. (2004). *Медиаобразование и медиаграмотность*. Кучма.
- Bignell, J. (2001). *Postmodern Media Culture*. Edinburg University Press.
- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and Postmodern*. Routledge. <https://doi.org/10.1177/000169939603900213>.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. The Institute for Religious and Social Studies. <http://www.twirpx.com/file/365721/>.
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1975). Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. In W. Schramm (Ed.), *Mass Communications* (pp. 229–250). University of Illinois Press.
- Tarde, G. (1969). *On Communication and Social Influence: Selected Papers*. University of Chicago Press.

References

- Aigina, T. E. (1993). *Kompleksnyi podkhod k vospitaniyu informatsionnoi kul'tury starshikh shkol'nikov* [An integrated approach to the education of the information culture of senior schoolchildren] [Abstract of PhD Dissertation, Bishkek] [in Russian].
- Bignell, J. (2001). *Postmodern Media Culture*. Edinburg University Press [in English].
- Eliner, I. G. (2010). *Razvitie mul'timediinoi kul'tury v informatsionnom obshchestve* [Development of multimedia culture in the information society] [Abstract of DSc Dissertation, Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet kul'tury i iskusstv] [in Russian].
- Fedorov, A. V. (2004). *Mediaobrazovanie i mediagramotnost'* [Media Education and Media Literacy]. Kuchma [in Russian].
- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and Postmodern*. Routledge. <https://doi.org/10.1177/000169939603900213> [in English].
- Kirillova, N. B. (2005). *Mediakul'tura kak integrator sredy sotsial'noi modernizatsii* [Media culture as an integrator of the social modernization environment] [Doctoral Dissertation, Rossiiskii institut kul'turologii] [in Russian].
- Konovalova, N. A. (2004). *Razvitie mediakul'tury studentov pedagogicheskogo vuza* [Development of media culture of students of Pedagogical Higher Education Institution] [PhD Dissertation, Vologodskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet] [in Russian].
- Kumelashvili, N. U. (2011). Istoriya mediakul'tury: samoopredelenie ot drevnosti do Novogo vremeni [The history of media culture: self-determination from antiquity to modern times]. *Kul'tura i tsivilizatsiya*, 1, 8–26 [in Russian].
- Kuznetsova, E. I. (2010). *Medial'nost' i mediakul'tura kak faktory dinamiki sotsial'noi sredy* [Mediality and media culture as factors of the dynamics of the social environment]

- [Abstract of DSc Dissertation, Nizhegorodskii gosudarstvennyi universitet im. N. A. Dobrolyubova] [in Russian].
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. The Institute for Religious and Social Studies. <http://www.twirpx.com/file/365721/> [in English].
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1975). Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. In W. Schramm (Ed.), *Mass Communications* (pp. 229–250). University of Illinois Press [in English].
- Levit, S. Ya. (Ed.). (1998). *Kul'turologiya XX vek [Cultural studies of the 20th century]* [Encyclopedia]. Universitetskaya kniga [in Russian].
- McLuhan, H. M. (2004). Sredstvo samo est' sodержanie [The Medium is the Message]. In *Informatsionnoe obshchestvo [Information society]* (pp. 341–348). ACT [in Russian].
- McQuail, D. (2010). *Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]* (O. Vozna, H. Stashkiv, Trans.). Litopys [in Ukrainian].
- Naidonova, L. A. (2007). Perspektivy rozvytku mediaosvity v konteksti bolonskoho protsesu: protsesualna model media kultury [Prospects for the development of media education in the context of the Bologna process: a procedural model of media culture]. In *Bolonskyi protses i vyshcha osvita v Ukraini ta Yevropi: problemy u perspektyvy [The Bologna Process and Higher Education in Ukraine and Europe: Problems and Prospects]* (pp. 162–168) [in Ukrainian].
- Orokhovska, L. A. (2015). *Mediakultura u dzerkali filosofii istorii [Media culture in the mirror of the philosophy of history]* [Monograph]. Tsentrodruk [in Ukrainian].
- Pochepstov, G. (2013). *Merlin, Superman i Garri Potter: konstruirovaniye nematerial'nogo v massovoi kul'ture [Merlin, Superman and Harry Potter: the construction of the intangible in popular culture]*. Spadshchina [in Russian].
- Pugach, O. I. (2000). *Formirovaniye informatsionnoi kul'tury uchashchikhsya obshcheobrazovatel'nykh shkol kak faktor gumanizatsii obrazovaniya [Formation of information culture of students of secondary schools as a factor in the humanization of education]* [PhD Dissertation, Samarskii universitet] [in Russian].
- Tarde, G. (1969). *On Communication and Social Influence: Selected Papers*. University of Chicago Press [in English].
- Toffler, A. (1999). *Tret'ya volna [Third Wave]*. AST [in Russian].
- Vozchikov, V. A. (2007). *Filosofiya obrazovaniya i mediakultura informatsionnogo obshchestva [Philosophy of Education and Media Culture of the Information Society]* [Abstract of DSc Dissertation, Rossiiskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet im. A.I. Gertsena] [in Russian].

MEDIA CULTURE: ESSENTIAL FEATURES AND FUNCTIONS

Maryna Lysyнюk^{1a}, Oleh Holoborodko^{2a}

¹PhD in Cultural Studies,

ORCID: 0000-0002-0870-2176, e-mail: marina_lysynuk@ukr.net,

² Assistant at the Department of Cinematography and Photography,

ORCID: 0009-0003-4276-8819, e-mail: ogoloborodko.tv@gmail.com,

^aKyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to reveal the essential features and functions of media culture. The development of modern society is closely connected with information and communication technologies, therefore, it is relevant to determine the essential and special features of media culture. The research methodology is based on the application of the method of adaptive-activity cultural studies in combination with an interdisciplinary approach, which allowed us to reveal the essence, functions and structure of media culture. The scientific novelty lies in the cultural studies research of the dialectic of interaction and mutual influence of media culture as a phenomenon of the information society and the processes of informatization at the beginning of the 21st century. Conclusions. The article has demonstrated that the core of the entire media culture is the screen and audiovisual culture, which often compete with each other. It has been noted that media culture as a sociocultural phenomenon can be interpreted in a broad (the social environment that actively communicates through the symbolic exchange) and a narrow (the mechanism of cultural activity that is relevant in every cognitive act) sense. The author of the article has outlined the functions of media culture: informative, communicative, normative, relaxation, creative, integration, mediatory. The relationship of media culture with culture in its traditional sense, as well as the connection and interdependence with other systems of reality, has been proved. The peculiarities of the functioning of media culture in the modern information space, its multifunctionality, impact on all spheres of life, in particular, the individual negative influences of the studied phenomenon and their causality have been indicated. The article has shown that the main mechanism of formation and reproduction of media culture is media education, which should contribute to the identification and realization of the creative potential of the individual, the development of an analytical attitude to the phenomena and facts of reality. The article deals with the formation of a "person of media culture", the actualization of the anthropological concept of media culture, which will ensure the continuity of traditions of existence in culture at the individual level.

Keywords: culture; media culture; information society

МЕДІАКУЛЬТУРА: СУЩОСТНІ ОСОБЛИВОСТІ І ФУНКЦІЇ

Лисинюк Марина Витальевна^{1а}, Голобородько Олег Олегович^{2а}

¹Доктор філософії (культурологія),

ORCID: 0000-0002-0870-2176, e-mail: marina_lysnyuk@ukr.net,

²Ассистент кафедри операторського мистецтва і фотоискусства,

ORCID: 0009-0003-4276-8819, e-mail: ogooborodko.tv@gmail.com,

^аКиївський національний університет культури і мистецтва,

Київ, Україна

Анотація

Цель статьи – раскрыть сущностные особенности и функции медиакультуры. Развитие современного общества неразрывно связано с информационно-коммуникационными технологиями, поэтому актуальным является определение сущностных особенностей и специфических признаков медиакультуры. Методология исследования основана на применении метода адаптивно-деятельностной культурологии в комплексе с междисциплинарным подходом, что позволило раскрыть сущность, функции и структуру медиакультуры. Научная новизна заключается в культурологическом исследовании диалектики взаимодействия и взаимовлияния медиакультуры как феномена информационного общества и процессов информатизации начала XXI века. Выводы. Определено, что стержнем всей медийной культуры является экранная и аудиовизуальная культура, которые зачастую конкурируют между собой. Отмечено, что медийная культура как социокультурный феномен может трактоваться в широком (социальная среда, которая активно коммуницирует с помощью символического обмена) и узком (механизм культурной деятельности, который актуально проявляется в каждом когнитивном акте) понимании. Выделены функции медиакультуры: информативная, коммуникативная, нормативная, релаксационная, креативная, интеграционная, посредническая. Доказана взаимосвязь медиакультуры с культурой в традиционном понимании последней, а также связь и взаимозависимость с другими системами реальности. Указано на особенности функционирования медиакультуры в современном информационном пространстве, ее полифункциональность, влияние на все сферы жизнедеятельности, в частности охарактеризованы негативные влияния исследуемого феномена и их последствия. Отмечено, что основным механизмом формирования и воспроизводства медиакультуры является медиаобразование, которое должно способствовать выявлению и реализации творческого потенциала личности, выработке аналитического отношения к явлениям и фактам действительности. Речь идет о формировании «человека медиакультуры», об актуализации антропологической концепции медиакультуры, что обеспечит преемственность традиций существования в культуре на уровне личности.

Ключевые слова: культура; медиакультура; информационное общество

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221044
УДК 008+94]:159.953-027.522

КОНЦЕПЦІЯ «МІСЦЬ ПАМ'ЯТІ» П'ЕРА НОРА В КОНТЕКСТІ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРО КОЛЕКТИВНУ ПАМ'ЯТЬ

Іщенко Євгеній Олександрович

Кандидат філологічних наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-5701-7829, e-mail: ishchenko2021@gmail.com,
Київський міжнародний університет,
вул. Львівська, 49, Київ, Україна, 03179

Для цитування:

Іщенко, Є.О. (2020). Концепція «місць пам'яті» П'єра Нора в контексті досліджень про колективну пам'ять. *Питання культурології*, (36), 49-59. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221044>.

Анотація

Мета статті – осмислити основні аспекти концепції «місць пам'яті» П. Нора в контексті наукових теорій про колективну пам'ять; з'ясувати передумови появи названої концепції; проаналізувати зв'язок концепції П. Нора про «місця пам'яті» з дослідженнями про колективну пам'ять. Методологія дослідження базується на застосуванні таких методів: джерелознавчого – для виявлення історичних передумов появи концепції «місць пам'яті»; аналізу – для встановлення зв'язків концепції П. Нора з дослідженнями про колективну пам'ять; систематизації – для осмислення розвитку основних теорій концепту пам'яті; порівняльно-зіставного – для розгляду основних понять пам'яті (інформативної, історичної, колективної, соціальної). Наукова новизна. Уперше досліджено феномен співвідношення пам'яті та історії в руслі суттєвих трансформацій сучасного світу і пов'язаних із ними екзистенціальними потребами людства. Виявлено ключові аспекти поняття «колективна пам'ять», яка, за теорією М. Хальбвакса, є запорукою ідентичності суспільства, вирізняючись безперервним розвитком і множинністю. Висновки. З'ясовано, що одним із вимірів колективної / соціальної пам'яті є пам'ять про історичне минуле, або його символічна репрезентація. Доведено, що історична пам'ять – не лише один з головних каналів передачі досвіду і відомостей про минуле, а й найважливіший складник самоідентифікації індивіда, соціальної групи та суспільства загалом. Проаналізовано передумови, що привели до зміни співвідношення між історією і пам'яттю та спонукали П. Нора запропонувати свою концепцію «місць пам'яті» (*lieux de mémoire*). Вивчено концепт пам'яті в контексті гуманітарного дискурсу, адже, за спостереженнями П. Нора, останні роки ми живемо в «меморіальну епоху». Причину початку «меморіальної епохи» історик вбачає в демократизації історії, коли поняття ідентичності зазнало сенсової інверсії: з індивідуального стаючи колективним.

Ключові слова: П'єр Нора; «місця пам'яті»; колективна пам'ять; культурна пам'ять; історична пам'ять

Вступ

Починаючи з 1980-х років, концепт пам'яті постав у центрі уваги вчених різних соціальних і гуманітарних дисциплін. Пам'ять перетворилася на знаряддя для конфліктів і всередині локальних спільнот, і за їх межами. У часи, коли пішли з життя свідки неймовірних злочинів проти людства, національних катастроф тощо, перед науковцями постала необхідність визначення культурних форм пам'яті про минуле. Звідси незвичайна популярність і актуальність так званих «memory studies».

Протиставлення «історія-пам'ять» як предмет наукового дослідження знайшло своє відображення в працях М. Хальбвакса, П. Хатона, Я. Ассман, А. Ассман та інших дослідників. Уперше соціальний компонент пам'яті почав вивчати М. Хальбвас (2005) у новаторській на той час книзі «Коллективна та історична правда», викликавши сплеск наукових розвідок соціального й колективного виміру пам'яті, співвідношення пам'яті та історії, колективної й індивідуальної пам'яті, дослідження ролі колективної пам'яті у формуванні нації та держави. Розвиваючи теорію соціальної пам'яті М. Хальбвакса, німецький учений Ян Ассман (2004) уперше ввів до наукового обігу поняття «культурна пам'ять». Історична пам'ять як головна сила культурного середовища, що створює колективну, національну спільність, була предметом дослідження Алейди Ассман (2018). У роботах Теодора Адорна (2005) історична пам'ять вивчалася в контексті відповідальності за війну та злочини фашизму. Водночас більш глибокого аналізу потребує питання виявлення історичних передумов появи концепції «місце пам'яті» П. Нора, зокрема, для встановлення зв'язків концепції з дослідженнями про колективну пам'ять.

Мета статті

Мета статті полягає в осмисленні основних аспектів концепції «місце пам'яті» П. Нора в контексті наукових теорій про колективну пам'ять. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: з'ясувати передумови появи концепції «місце пам'яті»; проаналізувати зв'язок концепції П. Нора про «місце пам'яті» з дослідженнями про колективну пам'ять. Методологічну базу дослідження складають теоретичні методи: джерелознавчий – для виявлення історичних передумов появи концепції «місце пам'яті»; аналізу – для встановлення зв'язків концепції П. Нора з дослідженнями про колективну пам'ять; систематизації – для осмислення розвитку основних теорій концепту пам'яті; порівняльно-зіставний – для розгляду основних понять пам'яті (історичної, колективної, соціальної).

Виклад матеріалу дослідження

Психологи зазвичай визначають пам'ять як відображення свідомістю того, що було в минулому досвіді, шляхом запам'ятовування, відтворення і впізнання. Але це ментальне явище перетворюється в соціально-ментальне або соціокультурне, коли мова йде про філософсько-соціологічний аналіз, який фокусує увагу на колективному, нормативному й культурно-семіотичному аспектах пам'яті. Одне з визначень пам'яті полягає в тому, що вона – авторка минулого, до того ж має здатність перебувати в часі. Універсальне значення – це відбір,

збереження й відтворення інформації. Біологічний спадок пам'яті родових і видових ознак у суспільстві передачею традиції доповнюється знаковими (культурними) засобами та усвідомленням тимчасової природи живого. Останні дві властивості створюють величезний арсенал мнемотехнік – від пам'ятних вузликів до комп'ютерів – і фантастичну складність переживань людського буття в часі, відображену в релігії, філософії, літературі, мистецтві.

Головним предметом історії стає не подія минулого як така, а пам'ять про неї, той образ, який закарбувався, транслювався безпосереднім нащадкам, реставрувався або реконструювався в наступних поколіннях, піддавався перевірці та корекції за допомогою методів історичної критики. Саме ж поняття «пам'ять» вживається в значенні «загальний досвід, пережитий людьми спільно» (мова може йти і про пам'ять поколінь) і більш широко – як історичний досвід, що відклався в пам'яті людської спільноти.

Історична пам'ять розуміється як колективна пам'ять (в тій мірі, в якій вона вписується в історичну свідомість групи), або як соціальна пам'ять (в тій мірі, в якій вона вписується в історичну свідомість суспільства), або загалом – як сукупність доннаукових, наукових, квазінаукових та позанаукових знань і масових уявлень соціуму про спільне минуле.

Уперше історію і пам'ять розмежував учень Е. Дюркгейма, філософ і соціолог Моріс Хальбвакс. Дослідник став автором низки наукових праць, присвячених проблематиці колективної пам'яті, інтерпретувавши її як сукупність уявлень про минуле, які поділяють члени соціальної групи. При цьому Хальбвакс вказував як мінімум на кілька причин того, чому колективна пам'ять і історія (словосполучення «історична пам'ять» Хальбвакс вважав невдалим) не збігаються один з одним. Колективну пам'ять відрізняють безперервний розвиток (відсутні суворі «розділові риси» які характерні для історії) і множинність (історію Хальбвакс розумів як щось «єдине») (Хальбвакс, 2005).

М. Хальбвакс запропонував колективні спогади розглядати як суспільний феномен, необхідний у соціальній практиці для виживання суспільства. Колективна пам'ять є, з погляду дослідника, запорукою ідентичності суспільства. Пропонуючи свою концепцію пам'яті, він виходив з того, що індивіду доступні два види пам'яті – індивідуальна й колективна. М. Хальбвакс (2007) переносить розгляд пам'яті в навколишній для індивіда соціальний контекст. З одного боку, спогади людини вписуються в рамки її особистого життя, а з іншого – вона здатна вести себе як член групової спільноти, викликаючи в пам'яті спогади, що зачіпають її групу. Ці дві пам'яті, проникаючи одна в одну, не змішуються. Індивідуальна й колективна пам'яті розвиваються за власними законами. Перша може опиратися на колективну, коли необхідно уточнити будь-який спогад. Індивідуальні спогади, потрапляючи в колективну пам'ять, змінюються і вже не є свідомістю особистості (Хальбвакс, 2005, с. 8).

М. Хальбвакс ці два типи пам'яті називає по-іншому: внутрішня – особиста, автобіографічна і зовнішня – соціальна, історична. Перша, безумовно, використовує другу, так як життя людини – це частина історії, друга – ширша першої та більш суха і схематична. Щоб уточнити різницю між двома видами пам'яті, вчений звертається до феномену соціального часу. «Наші життя розташовані

на поверхні суспільств, вони повторюють їхній рух і відчувають на собі наслідки їхніх потрясінь. Але та чи інша подія займає своє місце в переліку історичних фактів лише через деякий час після того, як вона відбулася. Це означає, що ми можемо прив'язати різні фази нашого життя до подій національного масштабу лише заднім числом» (Хальбвакс, 2005, с. 10). Події колективного, групового життя можуть бути для людини лише зовнішніми рамками. Коли ми вписуємо події, що трапилися до нашого народження, в історію свого життя, вони відіграють роль зовнішньої історичної рамки. І якщо це відбувається порівняно легко, то лише тому, що наш світ сформований цими рамками. Термін «рамка» (*cadre*) або «соціальні рамки» М. Хальбвакс запозичив у Е. Дюркгейма і часто використовував для характеристики соціальної складової пам'яті (Namer, 1994, с. 321). Опорні, базові соціальні спогади і створюють цю «рамку».

Радянські психологи Л. Виготський та А. Лурія, працюючи над соціальною концепцією пам'яті, виокремили термін «культурна пам'ять». Вони стверджували, що пам'ять дорослої людини слід розглядати не як біологічний феномен, а швидше як культурний, той, що набув своїх якостей у процесі соціалізації.

Далі термін «культурна пам'ять» розвинув німецький єгиптолог Я. Ассман, актуалізуючи її ціннісно-міфологічний складник. Згідно з його теорією, колективна пам'ять функціонує у двох модусах: комунікативній і культурній пам'яті. Комунікативна пам'ять становить собою історичний досвід у рамках індивідуальної біографії, так звану «живу пам'ять» сучасників. Вона існує, доки живуть учасники та свідки подій, тобто приблизно три-чотири покоління. Культурна пам'ять заснована на подіях «абсолютного» минулого. Вона характеризується такими рисами, як інституціональна формалізація, символічне значення (включаючи письмову фіксацію), наявність фахівців – носіїв традиції. Залежно від специфіки тієї чи тієї культури, пам'ять звертається або до космічних міфів, або до історичних легенд. В історії культури «найважливішою подією є канонізація, заморожування пам'яті, коли розвиток традиції зупиняється створенням канону» (Ассман Я., 2004, с. 100). Культура підводить ризику під переліком пам'ятних фактів, весь корпус її текстів розділяється на тексти сакральні і коментарі до них. Так утворюється спеціальний стан тлумачів, що займаються коментуванням священних текстів.

У порівнянні з теорією Хальбвакса, концепція Ассмана враховує зовнішні форми інституціоналізації пам'яті. Теорія Я. Ассмана (2004) основну сутність сакрального в культурі вбачає в тому, що це сакральне зберігає пам'ять про власну легендарну основу. На думку вченого, релігія визначається не через опозицію профанного й сакрального, а через особливий тип пам'яті, який має агресивно-завойовницький характер, що руйнує історичну пам'ять народу в ім'я нескінченної переваги вічності, котра в культурі передається шляхом міфологізації окремих явищ і подій. І щоб правильно тлумачити сакральні смисли культури, потрібно звертатися до витоків. У пам'яті кожної людини є певний набір спогадів про культуру, який часто навіть не усвідомлюється. «Такі спогади складаються найчастіше з міфів чи окремих знаків і символів (архетипів)». У цьому сенсі теорія Я. Ассмана багато в чому близька до концепцій таких дослідників, як К. Юнг та М. Еліаде.

У книзі «Архетип і символ» К. Юнг (2015) наголошує, що архетипи, як частина культури, успадковуються людиною. Розмірковуючи про спадкоємність архетипів, дослідник мав на увазі, що архетипи апріорні щодо будь-якого індивідуального досвіду виникли до нього. Тому безліч архетипів становлять собою суму всіх можливостей людини. Ці архетипічні уявлення відповідають за загальні, типові і властиві кожній людині реакції на найважливіші життєві події. Архетипи постають в символах, ритуалах, міфопоетичних сюжетах. Тому аналіз власної символічної продукції людини і домінантів символів епохи є необхідною умовою для правильної «інтерпретації» культури. У різних культурах і на різних етапах розвитку суспільства один і той же архетип може проявлятися на різному матеріалі. Процес маніфестації архетипу залежить від домінуючих догматів свідомості людини й розглядається як компенсація. Конкретна форма прояву архетипу залежить від домінуючої установки свідомості людини. Ідея сакральних смислів у культурі об'єднує Я. Ассмана й М. Еліаде. Так, М. Еліаде (Еліаде, 2014) в роботі «Аспекти міфу» зазначив, що людині властива міфологічність. Якщо порівнювати сучасну людину й первісну, то перша вважає себе результатом історії, а друга бачить своє походження наслідком утілення певної сакральної історії, міфологічних подій від часу заснування світу.

На думку П. Нора, історика у Франції завжди належала роль очільника (провідника, керманіча) національної свідомості, так само, як у Німеччині філософам. Однак пізніше, в одному зі своїх інтерв'ю П. Нора впевнено заявив, що безліч причин призвело до того, що роль історика у Франції змінилася. Якщо ще півстоліття тому «бути істориком» означало цікавитися подіями далекого минулого, наприклад, пов'язаними з Новим часом, Середньовіччям або античністю, то сьогодні «абсолютно очевидно, що суспільний інтерес, соціальне замовлення, та й самі історики все більше орієнтуються на сучасний період» (Филиппова, 2011, с. 76). Отже, історики втрачають роль «зберігачів минулого» і вже більше не є його монополізаторами. Сьогодні, навпаки, зіставлення між історією та пам'яттю змінюється, і тому минуле «належить багатьом людям, починаючи з тих, хто пережив недавні події, і особливо тих, хто постраждав від них» (Филиппова, 2011, с. 76).

Зміни у співвідношенні між історією й пам'яттю спонукали П. Нора створити власну концепцію «місць пам'яті». У рамках цієї теорії історик визначає пам'ять як «життя», носіями якої є соціальні групи. Історія, навпаки, становить собою проблемну й неповну реконструкцію або репрезентацію минулого (Нора, 1999, с. 20). Насправді ж антагонізм історії та колективної пам'яті виник набагато раніше, а саме – в XIX ст. із появою професійної історичної науки. Про це пише Алейда Ассман (2018): «Для усіх більш ранніх форм опису історії характерно те, що вони усвідомлювали себе як різновид спогадів, як збереження пам'яті» (с. 26). Це було необхідно, наприклад, для легітимізації генеалогії правлячої династії. У цій дихотомії пам'яті та історії, запропонованій П. Нора, можна простежити ще одну лінію спадкоємності, тепер уже не історичну, а швидше світоглядну.

Однак якщо для Хальбвакса вивчення колективної пам'яті та історії були несумісними речами, то для П. Нора – навпаки, що й помітив французький іс-

торик Франсуа Артог (2008). Згідно з переконаннями вченого, П. Нора задумав примирити пам'ять і історію, вирішивши при цьому перетворити дослідження колективної пам'яті на аналог історії ментальностей, але тільки для дослідження Новітнього часу.

Слід зазначити, що «колективна пам'ять» в цьому плані – поняття доволі широке й розмаїте, й, напевне, саме тому Нора застосував інше, більш конкретне, «предметне» – «місця пам'яті» (*lieux de mémoire*). У роботах дослідника існує кілька дефініцій цього поняття – і прямих, і опосередкованих. По-перше, «місця пам'яті – присутність минулого в теперішньому», а також «місця пам'яті – це остаточна форма, в якій існує комеморативна свідомість в історії, яка ігнорує та потребує її водночас» (Нора, 1999, с. 26). Зазначаючи: «про пам'ять стільки говорять, тому що її більше немає» (Нора, 1999, с. 17), П. Нора вважав, що місця пам'яті – це втрачене нами минуле, яке жило десь у свідомості соціальної групи, але незабаром може зникнути назавжди, а саме місце пам'яті перетвориться в історію, яка більше не буде підтримуватися колективною пам'яттю. На думку вченого, місця пам'яті – це те, що підтримує співтовариство різними способами, але одночасно це співтовариство, залучене в процес трансформації та оновлення: воно цінує більш нове, а не старе, майбутнє, а не минуле. Місця пам'яті не з'являються випадково, у них є причина існування: вони живуть завдяки бажанню пам'ятати. «Потрібно створювати архіви, відзначати річниці, організовувати святкування, вимовляти надгробні промови, нотаріально завіряти акти, тому що ці акти не є природними» (Нора, 1999, с. 26). У «місцях пам'яті» знаходить притулок і «кристалізується» сама пам'ять.

У 2002 р. у журналі «Transit» було опубліковано статтю П. Нора (2005) «Всесвітнє торжество пам'яті». У цій роботі вчений доповнював свої погляди на проблему актуальності пам'яті та історії, а також історичної реконструкції. Дослідник писав про те, що в останні 20–25 років спостерігаються процеси відновлення втраченого минулого, зростає кількість меморіальних заходів, музеїв, і першою вступила в епоху «спогадів» Франція. Однією з причин цього стала криза 1974 р. Після економічного спаду країна усвідомила втрату своїх аграрних основ – селянства. «Це був справжній кінець «спільності пам'яті»». На те, що пам'ять села жива, вказували лише книги. До того ж на розквіт меморіальної культури вплинули розрив з голлістською традицією та ідейний крах марксизму. Рух пам'яті Нора назвав «меморіальною епохою». Її поява й актуальність пов'язані з двома феноменами – часом і суспільством. Історія прискорюється, з неї «виштовхується» й віддаляється минуле, руйнується єдність історичного часу. Оскільки минуле перестає бути гарантією майбутнього, пам'ять стає силою, що забезпечує спадковість і розвиток. Причину початку «меморіальної епохи» Нора бачить і в демократизації історії. Крім цього, сенсової інверсії зазнає ідентичність: з індивідуального це поняття стає колективним. Тепер це слово стало категорією групи. Секрет одержимості національною пам'яттю полягає в переході від історичної самосвідомості до соціальної свідомості: «Замість національної ідентичності – торжество соціальних ідентичностей» (Нора, 2005, с. 43).

На думку Патріка Хаттона (2004), у дослідженнях П. Нора простежується почерк філософа-сучасника: «Нора захоплений не тільки історичною рекон-

струкцією, як її зазвичай розуміють, скільки генеалогічною деконструкцією в душі тієї, що популяризував Фуко» (с. 351). П. Нора цікаві не події минулого, а їх репрезентації. Тобто, за задумом Нора, історична реконструкція повинна рухатися від сьогодення в минуле. Під поняттям «місце пам'яті» не маються на увазі будь-які винятково матеріальні об'єкти. Навпаки, цей термін пов'язаний із глибокою інтелектуальною традицією. Пам'ять часто зображувалася й трактувалася з допомогою просторової метафори. Наприклад, Августин Блаженний у десятій книзі «Сповіді» порівнював пам'ять з «палацами». Куди сильніше просторова метафора виражена в давніх мнемотехніках, які описала англійська дослідниця Френсіс Іейтс (1997) у книзі «Мистецтво пам'яті». Сенс доволі простий: для запам'ятовування певного обсягу інформації ритори і вчені мужі користувалися засобом фіксації образів у певних просторових об'єктах. Цей метод ще називають «методом локусів». Асоціативний зв'язок вмісту пам'яті з просторовими об'єктами (географічні локації, вулиці, розташування кімнат у будинку) давав змогу впорядковувати й зберігати знання. У них також відображені множинні образи, сконструйовані соціальними групами. Адже головний їхній сенс не в тому, що вони відсилають до певного моменту минулого, а в їхній культурній конфігурації. Місця пам'яті – це якийсь конгломерат, складна різно-рідна структура уявлень. Саме тому завдання історика – деконструкція таких «місць». Подібний підхід, на наше переконання, може бути обумовлений як мінімум двома причинами: з одного боку, необхідністю руйнування стереотипних (у поганому сенсі) суджень, які часто використовуються у контексті незліченної безлічі історичних подій, постатей і локацій, а з іншого – боротьбою з анахронізмами (які, втім, можуть уживатися зі стереотипами). До числа «місць пам'яті» П. Нора відносить: революцію, католиків і невіруючих, Марсельєзу, Пантеон (в Парижі), століття Вольтера і століття Руссо, похорон Віктора Гюго, канцелярії і монастирі та ін. Тобто «місцями пам'яті» можна вважати пам'ятники, комеморації, території, слова, релігійні меншини й багато іншого. «Місця пам'яті» є місцями в трьох сенсах – матеріальному, символічному й функціональному. Але ці модуси місць пам'яті взаємопов'язані: «Навіть місце, зовні абсолютно матеріальне, як, наприклад, архівне сховище, не є місцем пам'яті, якщо уява не надасть йому символічної аури» (Нора, 1999, с. 40). Так само й функціональні місця: якщо вони не наділені символічною аурую, не стають функціональними місцями пам'яті, – чи то шкільний підручник або заповіт. Ці три модуси переважають і співіснують разом.

Висновки

Внаслідок дослідження виявлено, що пам'ять є відображенням свідомості того, що було в минулому досвіді, шляхом запам'ятовування, відтворення і впізнавання. Мова може йти про пам'ять поколінь і більш широко – як історичний досвід, що відклався в пам'яті людської спільноти.

У науковому дискурсі розрізняють поняття «колективна», «історична», «соціальна», «культурна» пам'ять. Зміни у співвідношенні між історією і пам'яттю спонукали П. Нору запропонувати концепцію «місць пам'яті» (*lieux de mémoire*), у якій він прагнув примирити пам'ять і історію.

Попри те, що в дослідженнях П. Нора чітко простежується синкретизм концепцій, запропонованих Морісом Альбваксом, Яном Ассманом, Алейдою Ассман, Левом Виготським та іншими вченими, французькому історику все ж вдається створити нову теорію й успішно реалізувати проект «місце пам'яті», що мав певну мету – «повернути пам'ять під контроль істориків». Спосіб історичної реконструкції, запропонований П. Нора, сьогодні дає змогу інакше поглянути на багато фактів минулого, очистити їх від міфологізації та зайвої політизації.

■ Список використаних джерел

- Адорно, Т. (2005). Что значит «проработка прошлого». *Неприкосновенный запас*, 2(40–41). <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ado4.html>.
- Артог, Ф. (2008). Порядок времени, режимы историчности. *Неприкосновенный запас*, 3(59). <https://magazines.gorky.media/nz/2008/3/poryadok-vremeni-rezhimy-istorichnosti.html>.
- Ассман, А. (2018). *Длинная тень прошлого: мемориальная культура и историческая политика*. Новое литературное обозрение.
- Ассман, Я. (2004). *Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности*. Языки славянской культуры.
- Йейтс, Ф. (1997). *Искусство памяти*. Фонд поддержки науки и образования "Университетская книга"
- Нора, П. (Ред.). (1999). *Франция-память*. Издательство Санкт-Петербургского университета.
- Нора, П. (2005). Всемирное торжество памяти. *Неприкосновенный запас*, 2(40–41). <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemirnoe-torzhestvo-pamyati.htm>.
- Филиппова, Е. И. (2011). История и память в эпоху господства идентичностей (Интервью с действительным членом Французской Академии историком Пьером Нора). *Этнографическое обозрение*, 4, 75–84.
- Хальбвакс, М. (2005). Коллективная и историческая память. *Неприкосновенный запас*, 2(40–41), 8–27. <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/kollektivnaya-i-istoricheskaya-pamyat.htm>.
- Хальбвакс, М. (2007). *Социальные рамки памяти* (С. Н. Зенкин, Пер.). Новое издательство.
- Хаттон, П. (2004). *История как искусство памяти*. Владимир Даль.
- Элиаде, М. (2014). *Аспекты мифа*. Академический проспект.
- Эткинд, А. (2016). *Кривое горе (память о непогребенных)*. Новое литературное обозрение.
- Юнг, К. Г. (2015). *Архетип и символ*. Канон+.
- Namer, G. (1994). Postface. In M. Halbwachs, *Les cadres sociaux de la memoire*. Albin Michel.

■ References

- Adorno, T. (2005). Chto znachit "prorabotka proshlogo" [The Meaning of Working Through the Past]. *Neprikosnovennyi zapas*, 2(40–41). <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ado4.html> [in Russian].
- Artog, F. (2008). Poryadok vremeni, rezhimy istorichnosti [Orders of Time and Regimes of Historicity]. *Neprikosnovennyi zapas*, 3(59). <https://magazines.gorky.media/nz/2008/3/poryadok-vremeni-rezhimy-istorichnosti.html> [in Russian].

- Assman, A. (2018). *Dlinnaya ten' proshlogo: memorial'naya kul'tura i istoricheskaya politika* [The Long Shadow of the Past: Memorial Culture and Historical Politics]. *Novoe literaturnoe obozrenie* [in Russian].
- Assman, Ya. (2004). *Kul'turnaya pamyat'. Pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti* [Cultural memory. Writing, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity]. *Yazyki slavyanskoj kul'tury* [in Russian].
- Eliade, M. (2014). *Aspekty mifa* [Aspects of myth]. *Akademicheskii prospect* [in Russian].
- Etkind, A. (2016). *Krivoje gore (pamyat' o nepogrebennykh)* [Crooked Mountain (memory of the unburied)]. *Novoe literaturnoe obozrenie* [in Russian].
- Filippova, E. I. (2011). *Istoriya i pamyat' v epokhu gospodstva identichnostei (Interv'yu s deistvitel'nym chlenom Frantsuzskoi Akademii istorikom P'erom Nora)* [History and memory in the epoch of the dominating identities (Interview with Pierre Nora, historian and member of the French Academy)]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 4, 75–84 [in Russian].
- Halbwachs, M. (2005). *Kollektivnaya i istoricheskaya pamyat'* [Collective and historical memory]. *Neprikosnovennyi zapas*, 2(40–41), 8–27. <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/kollektivnaya-i-istoricheskaya-pamyat.htm> [in Russian].
- Halbwachs, M. (2007). *Sotsial'nye ramki pamyati* [Social framework of memory] (S. N. Zenkin, T'rans.). *Novoe izdatel'stvo* [in Russian].
- Hutton, P. (2004). *Istoriya kak iskusstvo pamyati* [History as an art of memory]. *Vladimir Dal'* [in Russian].
- Jung, C. G. (2015). *Arkhetip i simvol* [Archetype and symbol]. *Kanon+* [in Russian].
- Namer, G. (1994). *Postface* [Afterword]. In M. Halbwachs, *Les cadres sociaux de la memoire* [Social frameworks of memory]. *Albin Michel* [in English].
- Nora, P. (Ed.). (1999). *Frantsiya-pamyat'* [France-memory]. *Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta* [in Russian].
- Nora, P. (2005). *Vsemirnoe torzhestvo pamyati* [World commemoration]. *Neprikosnovennyi zapas*, 2(40–41). <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemirnoe-torzhestvo-pamyati.htm> [in Russian].
- Yates, F. (1997). *Iskusstvo pamyati* [The art of memory]. *Fond podderzhki nauki i obrazovaniya "Universitetskaya kniga"* [in Russian].

PIERRE NORA'S CONCEPT OF "PLACES OF MEMORY" IN THE CONTEXT OF RESEARCH ON COLLECTIVE MEMORY

Yevhenii Ishchenko

*PhD in Philological Sciences, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-5701-7829, e-mail: ishchenko2021@gmail.com,
Kyiv International University,
Kyiv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to comprehend the main aspects of P. Nora's concept of "places of memory" (*lieux de mémoire*) in the context of scientific theories of collective memory; to find out the prerequisites for the appearance of this concept; to analyse the connection of P. Nora's concept of "places of memory" with studies on collective memory. The research methodology is based on the use of the following methods: source studies – to identify the historical prerequisites for the appearance of the concept of "places of memory"; analysis – to establish the relationship between the concept of P. Nora and studies on collective memory; systematization – to understand the development of the main theories of the memory concept; comparative – to consider the basic notions of the memory concept (informative, historical, collective, social). Scientific novelty. The phenomenon of the relationship between memory and history in line with the significant transformations of the modern world and the associated existential needs of humanity is examined for the first time. The article demonstrates the key aspects of the "collective memory" concept, which, according to the theory of M. Halbwachs, is crucial to the identity of society and is characterized by continuous development and multiplicity. Conclusions. The article demonstrated that one of the dimensions of collective/social memory is the memory of the historical past, or its symbolic representation. It has been proved that historical memory is not only one of the main channels of transmission of experience and information about the past, but also the most important component of self-identification of an individual, social group and society as a whole. The prerequisites that led to a change in the relationship between history and memory and prompted P. Nora to propose his concept of "places of memory" have been analysed. The concept of memory has been studied in the context of humanitarian discourse, since, according to P. Nora's observations, in recent years we have been living the "era of commemoration". The historian sees the reason for the beginning of the "era of commemoration" in the democratization of history, when the notion of identity has undergone a semantic inversion: from individual to collective.

Keywords: Pierre Nora; "places of memory"; collective memory; cultural memory; historical memory

■ КОНЦЕПЦИЯ «МЕСТ ПАМЯТИ» ПЬЕРА НОРА В КОНТЕКСТЕ ИССЛЕДОВАНИЙ О КОЛЛЕКТИВНОЙ ПАМЯТИ

■ **Ищенко Евгений Александрович**

■ *Кандидат филологических наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-5701-7829, e-mail: ishchenko2021@gmail.com,
Киевский международный университет,
Киев, Украина*

■ **Аннотация**

Цель статьи – осмыслить основные аспекты концепции «мест памяти» П. Нора в контексте научных теорий о коллективной памяти; выяснить предпосылки появления названной концепции; проанализировать связь концепции П. Нора о «месте памяти» с исследованиями о коллективной памяти. Методология исследования базируется на применении таких методов: источниковедческого – для выявления исторических предпосылок появления концепции «мест памяти»; анализа – для установления связей концепции П. Нора с исследованиями о коллективной памяти; систематизации – для осмысления развития основных теорий концепта памяти; сравнительно-сопоставительного – для рассмотрения основных понятий памяти (информативной, исторической, коллективной, социальной). Научная новизна. Впервые исследован феномен соотношения памяти и истории П. Нора в русле существенных трансформаций современного мира и связанных с ними экзистенциальными потребностями человечества. Выявлены ключевые аспекты понятия «коллективная память», которая, по теории М. Хальбвакса, является залогом идентичности общества; отличается непрерывным развитием и множественностью. Выводы. Выяснено, что одним из измерений коллективной / социальной памяти является память об историческом прошлом, или его символическая репрезентация. Доказано, что историческая память – не только один из главных каналов передачи опыта и сведений о прошлом, но и важнейшая составляющая самоидентификации индивида, социальной группы и общества в целом. Проанализированы предпосылки, которые привели к изменению соотношения между историей и памятью и побудили П. Нора предложить свою концепцию «мест памяти» (*lieux de mémoire*). Изучен концепт памяти в контексте гуманитарного дискурса, ведь по наблюдениям П. Нора, последние годы мы живем в «мемориальную эпоху». Причину начала «мемориальной эпохи» историк видит в демократизации истории, когда понятие идентичности претерпело смысловую инверсию, из индивидуальной становясь коллективной.

■ **Ключевые слова:** Пьер Нора; «места памяти»; коллективная память; культурная память; историческая память

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221046
УДК 008:[719:911.375

КУЛЬТУРНА ПАМ'ЯТЬ МІСТ

Отрішко Марина Анатоліївна

Здобувач,

*ORCID: 0000-0001-7944-5085, e-mail: m__14@ukr.net,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133*

Для цитування:

Отрішко, М.А. (2020). Культурна пам'ять міст. *Питання культурології*, (36), 60-68. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221046>.

Анотація

Мета статті – обґрунтування значущості культурної пам'яті як чинника культурного розвитку міст. Методологія дослідження базується на використанні таких методів: пошуковий, порівняльний, аналіз і синтез, що дозволило виявити трансформацію тлумачення культурної пам'яті у різних часових проміжках. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній вперше проаналізовано еволюцію розуміння громадськістю поняття «культурна пам'ять». В статті доведено, що «пам'ять», «мистецтво пам'яті», «культурна пам'ять» є об'єктом зацікавлення у кожній з культурних епох. Античні мислителі є першовідкривачами культури пам'яті. Проте, поняття «культурна пам'ять» з'являється у науковому обігу лише наприкінці ХХ ст. у дослідженнях Я. Ассмана. Під культурною пам'яттю розуміють сферу буття; простір у поєднанні з культурною інфраструктурою; середовище збереження системи культурних цінностей, що наявні у публічному просторі. Висновки. Виявлено, що культурна пам'ять має вагомий вплив на побудову ідентичності і громадян, і міста. Завдяки збереженню і «прочитанню» культурної пам'яті у просторі міста відбувається зв'язок суспільства з минулим, усвідомлення цінностей, моделей поведінки громадськості у різних історичних періодах. Обґрунтовано, що культурна пам'ять є невід'ємною складовою міського простору. Відіграючи роль «діалогу» між минулим і сьогоденням, культурна пам'ять відображає цінності суспільства за допомогою «культурного коду міста». Найбільш змістовно культурна пам'ять виявляється у культурі меморіалізації: пам'ятниках, меморіальних комплексах, пам'ятних спорудах, надписах, демонструючи світоглядні особливості певного історичного періоду. Однак, процес глобалізації має негативний вплив на культурну пам'ять у місті, спричиняючи асиміляцію культурних цінностей. Акцентування на збереженні, примноженні і просуванні об'єктів культурної пам'яті у містах є значущим та сприятиме осмисленню власної ідентичності і вдосконаленню соціокультурного розвитку територій.

Ключові слова: пам'ять; культурна пам'ять; мистецтво пам'яті; публічний простір; місто

Вступ

Кожне місто має власну ідентичність, яка формується на основі культурної пам'яті та візуально виявляється у публічному просторі міста завдяки пам'ятникам, меморіальним дошкам, скульптурам, ландшафтним об'єктам, паркам, прогулянковим доріжкам тощо, які мають сакральне смислове навантаження. Проблематика культурної пам'яті є актуальною у кожній з епох розвитку людства та відображає соціально-культурний розвиток міст.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній вперше проаналізовано еволюцію розуміння громадською поняття «пам'ять», «культурна пам'ять». Культурна пам'ять є важливим чинником вираження ідентичності міста. Бувши об'єктом трансформації, рушієм демократичних змін у суспільстві, вона допомагає формуванню, збереженню, трансляції і розвитку культурних норм, цінностей, знань і смислів, інтеграції й соціальній консолідації, а також має потужні ресурси в умовах демократичної та правової держави (Вербицька, 2018, с. 21). У суспільстві пам'ять формує нові соціальні межі дій та вчинків, що є підґрунтям утворення свідомої особистості, яка здатна до усвідомленого вибору і прийняття рішення (Вербицька, 2018, с. 21). «Культурна пам'ять ґрунтується на системі цінностей, які через культуру, місця пам'яті визначають спрямування ідентичності особистості» (Вербицька, 2018, с. 20).

На даному етапі соціально-культурного розвитку культурна пам'ять є об'єктом зацікавлення науковців. У статті проаналізовані основоположні праці античних мислителів Цицерона – трактат «Про оратора», Квінтіліана «Риторичні настанови», які є підґрунтям зародження мистецтва пам'яті. Опрацьовані дослідження робочої групи «Археологія літературної комунікації», зокрема збірки «Лист і пам'ять», «Канон і цензура», «Мудрість», «Простору пам'ять. До конструювання культурного часу», що надали можливість з'ясувати сутність поняття «культурна пам'ять». Вивчені наукові доробки вітчизняних і закордонних дослідників із проблемної теми. Зокрема, наукову цінність становлять праці В. Вахштайна «Коллективна пам'ять як ресурс концептуалізації публічних та приватних просторів в мегаполісі», П. Вербицької «Культурна пам'ять як чинник конструювання ідентичності в умовах трансформації українського суспільства», Р. Голика «Пам'ять культури на роздоріжжях науки: проблеми теорії. Україна модерна», де автори демонструють цінність культурної пам'яті й для громадян, і для міста загалом.

У публічному просторі розташовані об'єкти культури, які, комунікуючи із громадською, є провідними інформаторами історичних подій, культурної спадщини міста. Збереження і примноження культурної пам'яті наразі є актуальним. Втім, з урахуванням глобалізації, технологічного розвитку відбувається зміна культурних цінностей, що надалі стане поштовхом до знецінення культурної пам'яті сьогодення.

Мета статті

Метою статті є обґрунтування значущості культурної пам'яті як чинника культурного розвитку сучасного міста. Методологія дослідження ґрунтується на використанні таких методів: пошуковий, порівняльний, аналіз і синтез, що доз-

волило виявити трансформацію тлумачення культурної пам'яті у різних часових проміжках.

■ Виклад матеріалу дослідження

У зв'язку з процесом глобалізації прослідковуються зміни у всіх сферах життя, особливо культурній. Саме глобалізація сприяла трансформації змісту культурної пам'яті, зокрема стиранню меж між існуючими видами пам'яті. Останнім часом можемо спостерігати процеси видозміни сутності культурної пам'яті – сприйняття її не як традиції (Толкачева, 2019, с. 3). Суспільство, яке утворює культурну пам'ять про минуле, продукує свої уявні образи та власну ідентичність крізь зміну поколінь, однак робить це по-різному (Ассман, 2004, с. 17).

Останні десятиліття привернули цікавість соціуму до пам'яті та спогадів такі чинники, як: поява електронних засобів збереження інформації, зокрема штучної пам'яті в період епохи культурної революції; розуміння культурної традиції як посткультури, де події, які завершилися, продовжують існувати як предмет спогадів і коментуючої обробки; загроза зникнення живих спогадів, які утворюються формами культурної пам'яті про минуле (Ассман, 2004, с. 11).

Першовідкривачами культури пам'яті, означеної як мистецтво пам'яті були античні мислителі. Цицерон у трактаті «Про оратора» аналізує історію поета Сімоніда, який винайшов мистецтво пам'яті та стверджує, що саме запам'ятовування місць допомогло Сімоніду згадати й розпізнати гостей. Тобто, хороша пам'ять залежить від впорядкованого викладу, а для хорошого запам'ятовування варто вибрати місця, подумки сформулювати образи речей, які варто запам'ятати, розмістити образи на місцях. Порядок місць зберігатиме порядок речей, а образи будуть відображати самі речі (Цицерон, 1972, с. 351–354). Квінтіліан (Квинтилиан, 1834) також згадує у своїх настановах оратору пам'ять, зазначаючи, що вона є ознакою розуму, а також допомогою, яка може полегшити старання учнів (с. 13).

С. Шипілов (Шипілов, 2018) зазначає, що у добу Середньовіччя культурна пам'ять проявляється у європейських хроніках, зокрема в контексті духовної культури, відображаючи різностороннє духовне життя тогочасного суспільства, а саме: систему світоглядних ідей, оцінку дій у соціумі, опозицію «свій – чужий» та інше (с. 288). У хроніці не лише фіксуються події, а й подається трактування, інтерпретація у межах тієї соціокультури, в якій і була створена хроніка (Шипілов, 2018, с. 291).

А. Гуревич (1990) доводить, що у добу Середньовіччя культурна пам'ять також фіксувалася у літературному жанрі – прикладах (exempla), що мають пізнавальну цінність (с. 135). Приклади є «атомарними», найменшими одиницями свідомості, яка ще не організувала свій матеріал в культурні творіння (Гуревич, 1990, с. 147–148). Це не культура у її закінченому вигляді, а елементи, з яких вона будувалася. Мотиви, що були розроблені в прикладах, активно використовувалися у мистецтві (книжкова мініатюра або мала скульптура) на капітелях церков та соборів. Ці зародки різних форм культури, «атоми» свідомості постійно були присутніми в пам'яті культури і відображаються в різних її проявах, піддаючись різного роду перетворенням (Гуревич, 1990, с. 148).

Приклади висуваються на основний план відмінно від інших категорій літератури XIII ст. як джерело, під час безпосереднього вивчення яких можна чітко з'ясувати для себе відношення різних шарів і рівнів середньовічної культури (Гуревич, 1990).

І. Євлампів (Євлампиєв, 2016) доводить, що у добу Відродження об'єктом культурної пам'яті є архітектурні споруди, витвори образотворчого мистецтва, літератури, наукові та філософські трактати, музеї. Музей усвідомлюється «об'єктивованою культурною пам'яттю європейської цивілізації, динамізмом культури» (с. 106).

Поширення явища інформатизації сприяє зміні культурних цінностей. Так, поява новітніх засобів комунікації провокує уніфікацію міста та виявляється у розмиванні культурного коду міста і його унікальності; руйнуванні внутрішньої єдності міського населення (Кравченко, 2019, с. 4). О. Кравченко, зазначає, що у період постіндустріальної доби основною умовою міського розвитку є його комунікаційний потенціал, який є чинником формування культурних трансформацій. Місто існує в декількох вимірах: окрім матеріальної культури, втіленої в будівлях, дорогах, технічних засобах комунікації, місто живе в історичній пам'яті, символах, образах, асоціаціях, які відображені у літературі, витворах мистецтва тощо (Кравченко, 2019, с. 2–3). На думку дослідниці, важливим є розуміння поняття «культурного коду міста» – сукупності історично сформованих матеріальних та духовних цінностей, природних явищ і артефактів, на основі яких формується цілісний образ певного конкретного міста (Кравченко, 2019, с. 4). Кравченко (2019) стверджує, що «глобалізація негативно впливає на розвиток міст, провокуючи розмивання культурної унікальності» (с. 19).

Культурна пам'ять містить у собі культуру меморіалізації, яка безпосередньо пов'язана з проблемою культурної ідентифікації (Святославський, 2011, с. 3). Культура пам'яті уміщує в собі комеморацію, що формується із сукупності соціокультурних мнемічних практик, які утворюють комеморативні знаки. Під комеморацією розуміється усвідомлений соціальний акт передачі інформації значущої моральної, естетичної, світоглядної, технологічної шляхом увічнення облич, подій (уведення образів минулого у пласт сучасної культури). Так, завдяки дослідженню об'єктів меморіалізації є можливість відображення особливостей національного менталітету зокрема складових національної культури (Святославський, 2011, с. 4). Предметом дослідження науковця виявилися архітектурно-скульптурні меморіальні споруди, пам'ятні знаки, надписи, престолы, храми, дзвіниці, найменування різноманітних встановлень, зокрема меморіальна топоніміка, некрополі, музеї, меморіальні комплекси і т.п. (Святославський, 2011, с. 4). О. Святославський (2011) зазначає, що інформацію, яку хотіла передати певна культура у майбутнє, закладалася у категорію пам'ятників, які встановлювалися з метою навмисного увічнення. Меморіальна культура («листи в майбутнє»), буди концентратом світоглядних особливостей культури загалом, суттєво впливає на формування світогляду та моральних цінностей (с. 4).

Процеси індустріалізації та урбанізації Західної Європи сприяли підвищенню зацікавленості проблемою пам'яті. Пам'ять розуміють як «процес споживан-

ня образів минулого суспільством»; інтерсуб'єктивний (змінний) феномен (Гайдай, 2018, с. 10–20). Як основоположна категорія людської культури, пам'ять досліджується на таких рівнях: індивідуальному і колективному. Важливим є вивчення пам'яті як семантичного поля, у центрі тяжіння якого опиняються асоціативно пов'язані категорії мислення й мовлення (Голик, 2017, с. 1). Пам'ять – це конструювання образу міста, який, як наслідок починає впливати на його повсякденне життя (Вахштайн, 2018, с. 4).

Поняття культурної пам'яті з'являється у науковому обігу наприкінці ХХ ст. і знаходить відображення у матеріалі робочої групи «Археологія літературної комунікації» та надалі відстежується у збірках «Лист і пам'ять» (1983), «Канон і цензура» (1987), «Мудрість» (1991), «Простору пам'ять. До конструювання культурного часу» (1991) (Ассман, 2004, с. 12). У цих збірках культурна пам'ять означається як простір, у якому відбивається культурна сфера, інфраструктура у часовій приналежності (Ассман, 2004, с. 19–20).

Під поняттям «культурна пам'ять» розуміють також і сферу буття, що формує ціннісно-смисловий світ соціуму (Толкачева, 2019, с. 3), і як «відтворення соціокультурного цілого та його здатність зберігати у своєму актуальному сьогоденні минуле», іманентна властивість соціокультурного організму (суспільства), що складається зі здатності зберігати себе у всіх своїх модифікаціях, відтворюючи умови свого власного існування на всіх етапах розвитку; атрибутивна характеристика суспільства (органічна система); філософське поняття (Рагозина, 2017, с. 12–17).

Культурна пам'ять у просторі міста сприяє зв'язку суспільства з минулим, усвідомленню цінностей громадськості конкретного часового проміжку, надає можливість досліджувати шляхи формування ідентичностей, культурної спадщини, цінностей та моделей поведінки людей у різних історичних періодах. У просторі сучасного міста практики і форми меморіалізації є одним із найпоширеніших та важливих методів відновлення культурної пам'яті. Простір міста переповнений пам'яттю, яка є інструментом його соціально-просторової організації та історичної спадковості.

Висновки

Культурна пам'ять є важливим чинником культурного розвитку міста. Залежно від трансформаційних змін протягом історичних періодів від Античності до сьогодення поняття «культурна пам'ять» набувало нових смислів: сфера буття; простір, що уміщує культурну інфраструктуру; середовище збереження системи культурних цінностей, що проявляється у публічному просторі під виглядом міського тексту, зокрема скульптур, пам'ятників, меморіальних дощок, місць пам'яті, паркових територій. Під впливом глобалізації відбувається асиміляція культурних цінностей, що негативно впливає на збереження ідентичності публічних просторів міст. Привернення уваги до культурної спадщини є важливим етапом на шляху до формування якісного соціокультурного розвитку територій сучасних міст, адже діалог між минулим і сьогоденням ідентифікує цінності й основні смисли, які покладені в основу попередніх культур.

Список використаних джерел

- Ассман, Я. (2004). *Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности* (М. М. Сокольская, Пер.). Языки славянской культуры.
- Вахштайн, В. (2018). *Коллективная память как ресурс концептуализации публичных и частных пространств в мегаполисе*. Взято 9 квітня, 2020, з <https://cutt.ly/4hzowzv>.
- Вербицька, П. (2018). Культурна пам'ять як чинник конструювання ідентичності в умовах трансформації українського суспільства. *Historical and Cultural Studies*, 5(1), 15–22. <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16428/5.pdf>.
- Гайдай, О. (2018). *Кам'яний гість. Ленін у центрі України* (2-ге вид.). К.І.С.
- Голик, Р. (2017, 14 серпня). Пам'ять культури на роздоріжжях науки: проблеми теорії. *Україна Модерна*. <https://uamoderna.com/demontazh-pamyati/holyk-collective-memory>.
- Гуревич, А. (1990). *Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства*. Искусство.
- Евлампиев, И. И. (2016). Идея музея в контексте европейской модели культуры и ее постмодернистское отрицание. *Международный журнал исследований культуры*, 3(24). http://www.intelros.ru/pdf/Int_culture_research_mag/2016_03/ijcr_3-24-2016_evlampiev%20103-114.pdf.
- Квинтилиан, М. Ф. (1834). *Двенадцать книг риторических наставлений* (А. Никольский, Пер., ч. 1). Императорская Российская Академия. <http://ancientrome.ru/antlitrt/t.htm?a=1295581698>.
- Кравченко, О. (2019). *Культурні трансформації міста у постіндустріальну добу* [Дисертація кандидата філософських наук, Національний авіаційний університет].
- Рагозина, Т. (2017). Культурная память versus историческая память. *Наука. Искусство. Культура*, 3(15), 12–21.
- Святославский, А. (2011). *Среда обитания как среда памяти: к истории отечественной мемориальной культуры* [Автореферат диссертации доктора культурологии, Московский педагогический государственный университет].
- Толкачева, В. (2019). *Трансформация содержания культурной памяти в виртуальном пространстве* [Автореферат диссертации кандидата философских наук, Национальный исследовательский Томский политехнический университет].
- Цицерон, М. Т. (1972). *Три трактата об ораторском искусстве* (Ф. А. Петровский, Пер., кн. 2). Наука.
- Шипилов, С. (2018). Средневековая хроника как форма репрезентации культурной памяти. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 10(803), 288–293.

References

- Assmann, J. (2004). *Kul'turnaya pamyat'. Pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti* [Cultural memory. Writing, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity] (М. М. Sokol'skaya, Trans.). Yazyki slavyanskoi kul'tury [in Russian].

- Ciceronis, M. T. (1972). *Tri traktata ob oratorskom iskusstve [Three treatises on oratory]* (F. A. Petrovskii, Trans., Vol. 2). Nauka [in Russian].
- Evlampiev, I. I. (2016). Ideya muzeya v kontekste evropeiskoi modeli kul'tury i ee postmodernistskoe otritsanie [The idea of museum in the context of european model of culture and its postmodern denial]. *International journal of cultural research*, 3(24). http://www.intelros.ru/pdf/Int_culture_research_mag/2016_03/ijcr_3-24-2016_evlampiev%20103-114.pdf [in Russian].
- Gurevich, A. (1990). *Srednevekovyi mir: kul'tura bezmolstvuyushchego bol'shinstva [Medieval world: the culture of the silent majority]*. Iskusstvo [in Russian].
- Haidai, O. (2018). *Kamianyi hist. Lenin u tsentri Ukrainy [Stone guest. Lenin in the center of Ukraine]* (2nd ed.). K.I.S. [in Ukrainian].
- Holyk, R. (2017, August 14). Pamiat kul'tury na rozdorizhziakh nauky: problemy teorii [Memory of culture at the crossroads of science: problems of theory]. *Ukraina moderna*. <https://uamoderna.com/demontazh-pamyati/holyk-collective-memory> [in Ukrainian].
- Kravchenko, O. (2019). *Kulturni transformatsii mista u postindustrialnu dobu [Cultural transformations of the city in the post-industrial age]* [PhD Dissertation, National Aviation University] [in Ukrainian].
- Quintilianus, M. F. (1834). *Dvenadtsat' knig ritoricheskikh nastavlenii [Twelve books of rhetorical instruction]* (A. Nikol'skii, Trans., Pt. 1). Imperatorskaya Rossiiskaya Akademiya. <http://ancientrome.ru/antlitrr/t.htm?a=1295581698> [in Russian].
- Ragozina, T. (2017). Kul'turnaya pamyat' versus istoricheskaya pamyat' [Cultural memory versus historical memory]. *Science. Arts. Culture*, 3(15), 12–21 [in Russian].
- Shipilov, S. (2018). Srednevekovaya khronika kak forma reprezentatsii kul'turnoi pamyati [Medieval Chronicle as a form of representation of cultural memory]. *Vestnik Of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 10(803), 288–293 [in Russian].
- Svyatoslavs'kii, A. (2011). *Sreda obitaniya kak sreda pamyati: k istorii otechestvennoi memorial'noi kul'tury [Habitat as a memory environment: on the history of Russian memorial culture]* [Abstract of DSc Dissertation, Moscow Pedagogical State University] [in Russian].
- Tolkacheva, V. (2019). *Transformatsiya sodержaniya kul'turnoi pamyati v virtual'nom prostranstve [Transformation of the content of cultural memory in the virtual space]* [Abstract of PhD Dissertation, National Research Tomsk Polytechnic University] [in Russian].
- Vakhshtain, V. (2018). *Kollektivnaya pamyat' kak resurs kontseptualizatsii publicnykh i privatnykh prostranstv v megapolise [Collective memory as a resource for conceptualising public and private spaces in a metropolis]*. Retrieved April 9, 2020, from <https://cutt.ly/YhzsDRs> [in Russian].
- Verbytska, P. (2018). Kulturna pamiat yak chynnyk konstruiuvannia identychnosti v umovakh transformatsii ukrainskoho suspilstva [Cultural memory as a factor of identity construction in the conditions of Ukrainian society transformation]. *Historical and Cultural Studies*, 5(1). <http://science.ipnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16428/5.pdf> [in Ukrainian].

CULTURAL MEMORY OF CITIES

Maryna Otrishko

External PhD student,

ORCID: 0000-0001-7944-5085, e-mail: m__14@ukr.net,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to present an argument for the equal importance of cultural memory as a value in the cultural advancement of the cities. The research methodology is based on the use of the following methods: search, comparison, analysis and synthesis, which revealed the transformation of the interpretation of cultural memory at different times. The work has high scientific novelty since it allows for the first time to analyse the evolution of the public understanding of the concept of “cultural memory”. It has been proven that “memory”, “art of memory” and “cultural memory” are the objects of interest in each of the cultural epochs. Ancient thinkers are the pioneers for the culture of memory term. However, the concept of “cultural memory” appears in scientific use only in the late 20th century in the research by J. Assmann. Cultural memory is understood as the sphere of existence; space in combination with cultural infrastructure; environment for preserving the system of cultural values that are available in public space. Conclusions. It was found that cultural memory has a significant impact on building the identity of both citizens and the city. By preserving and “reading” cultural memory in the city, there is a connection between society and the past, awareness of values, patterns of public behaviour in different historical periods. It is argued that cultural memory is an integral part of urban space. Being a “dialogue” between the past and the present, cultural memory reflects the values of society through the “cultural patterns of the city”. The most meaningful cultural memory is manifested in the culture of memorialisation: monuments, memorial complexes, memorial buildings, inscriptions, demonstrating the ideological features of a particular historical period. However, the process of globalisation has a negative impact on cultural memory in the city, leading to assimilation of cultural values. The emphasis on the preservation, increase, and promotion of cultural monuments in cities is significant. It will contribute to the understanding of their own identity and the improvement of socio-cultural development of territories.

Keywords: memory; cultural memory; art of memory; public space; city

КУЛЬТУРНАЯ ПАМЯТЬ ГОРОДОВ

Отришко Марина Анатольевна

Соискатель,

ORCID: 0000-0001-7944-5085, e-mail: m__14@ukr.net,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

Аннотация

Цель статьи – обоснование значимости культурной памяти как фактора культурного развития городов. Методология исследования основана на использовании следующих методов: поисковый, сравнительный, анализ и синтез, что позволило выявить трансформацию толкования культурной памяти в разных временных промежутках. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые проанализирована эволюция понимания общественностью понятия «культурная память». В статье доказано, что «память», «искусство памяти», «культурная память» являются объектом интереса в каждой из культурных эпох. Античные мыслители являются первооткрывателями культуры памяти. Однако, понятие «культурная память» появляется в научном обороте лишь в конце XX в. в исследованиях Я. Ассмана. Под культурной памятью понимаются сферу бытия; пространство в сочетании с культурной инфраструктурой; среду сохранения системы культурных ценностей, что имеются в публичном пространстве. Выводы. Выявлено, что культурная память имеет существенное влияние на построение идентичности и горожан, и города. Благодаря сохранению и «прочтению» культурной памяти в пространстве города, происходит связь общества с прошлым, осознание ценностей, моделей поведения общественности в различных исторических периодах. Обосновано, что культурная память является неотъемлемой составляющей городского пространства. Играя роль «диалога» между прошлым и настоящим, культурная память отражает ценности общества с помощью «культурного кода города». Наиболее содержательно культурная память проявляется в культуре мемориализации: памятниках, мемориальных комплексах, памятных сооружениях, надписях, демонстрируя мировоззренческие особенности определенного исторического периода. Однако, процесс глобализации оказывает негативное влияние на культурную память в городе, вызывая ассимиляцию культурных ценностей. Акцентирование на сохранении, приумножении и продвижении объектов культурной памяти в городах является значимым и будет способствовать осмыслению собственной идентичности и совершенствованию социокультурного развития территорий.

Ключевые слова: память; культурная память; искусство памяти; публичное пространство; город

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221047
УДК 7.03+008]:167:303.446.2

АКТУАЛЬНІ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ТА ПРОЦЕСИ: ПРОБЛЕМАТИКА НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

Бабій Надія Петрівна

*Кандидат мистецтвознавства, доцент,
ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, Україна, 76000*

Для цитування:

Бабій, Н.П. (2020). Актуальні культурно-мистецькі практики та процеси: проблематика наукового дискурсу. *Питання культурології*, (36), 69-78. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221047>.

Анотація:

Мета статті – конкретизація визначення актуальних термінів і понять у парадигмі прикладних культурологічних досліджень. В статті досліджуються поняття «культурні практики та процеси», «мистецькі практики», «артпроцеси» та проблеми у визначенні певних термінів і їх комбінаційного поєднання. Зокрема: «Культурологія», «Cultural Studies», «Culturology» і визначення місця мистецьких практик у культурологічному дискурсі та «актуального» в системі дослідження сучасного мистецтва. Отже, на сьогоднішньому етапі, актуальним постає опрацювання проблематики культурно-мистецьких досліджень з огляду на їхню гостру соціальну значущість. Методологія дослідження: застосовано методи, відповідні системному культурологічному підходові, зокрема метод синтезу, що допоміг зіставити та узагальнити наукові джерела і літературу; системний метод для аналізу культурологічних аспектів мистецьких процесів. Таким чином, з допомогою заявлених методів зібрані та науково обґрунтовані існуючі теорії щодо розуміння окремих якостей визначеної проблеми. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній на основі аналізу міжнародної та вітчизняної наукової дискусії теоретичних і практичних досліджень культурних та мистецьких практик сформульовано комплексне визначення «актуальні культурно-мистецькі практики та процеси»; з'ясована роль об'єкту у міждисциплінарних дослідженнях. Висновки. Отже, вивчаючи Cultural Studies як міждисциплінарну галузь, що досліджує взаємозв'язок політичних, суспільних відносин та впливу на них культурних у загальному змісті процесів пропонуємо авторське визначення «актуальні культурно-мистецькі практики та процеси». Під ними ми розуміємо громадянсько значущу, гостро експериментальну естетичну діяльність людини / людей, пов'язану зі створенням творів мистецтва, їх освоєнням у громадських просторах, збереженням, перманентним застосуванням чи демонстрацією, а також якісну зміну станів або явищ мистецьких форм, систем, об'єктів, взаємодій, що відбуваються у ході розвитку загальної чи конкретної культури суспільства, вважаються сучасними на момент

їх виникнення та породжують гострий соціальний резонанс. Актуальні культурно-мистецькі процеси характеризуються унікальністю, а їх варіантність визначається поєднанням умов та обставин протікання. У цьому сенсі вони є динамічними формами, а культурно-мистецькі практики можуть розглядатись як артефакти цих форм.

■ **Ключові слова:** актуальне в мистецтві; культурно-мистецькі практики; культурно-мистецькі процеси

■ Вступ

Аналізуючи постіндустріальну сучасність другої декади XXI ст., де виробничі відносини вже не мають основоположної ролі, переконуємось, що саме культура є надпотужним чинником соціального розвитку, ресурсом, що визначає векторність містечок, міст, регіонів. Поняття «культурні практики та процеси», «мистецькі практики», «артпроцеси» тощо, хоча й не є надновими термінами, проте саме тепер відбувається їх масове поширення як у наукових дослідженнях, так і у публіцистиці.

Однак, тут постають проблеми у визначенні певних термінів і понять та їх комбінаційного поєднання. Зокрема, окремого уточнення досі потребують споріднені, але не тотожні поняття: «Культурологія», «Cultural Studies», «Culturology» і визначення місця мистецьких практик у культурологічному дискурсі та «актуального» в системі дослідження сучасного мистецтва.

Отже, на сьогоднішньому етапі прикладного культурологічного дискурсу, актуальним постає опрацювання проблематики культурно-мистецьких досліджень з огляду на їхню гостру соціальну значущість. Cultural Studies обра-на нами як міждисциплінарна галузь, що досліджує взаємозв'язок політичних, суспільних відносин та впливу на них культурних у загальному змісті процесів.

Вітчизняні дослідники, врегульовуючи термінологічну базу, структуру культурологічного вчення, переважно звертаються до праць британських та американських дослідників міждисциплінарних студій (Річард Гогарт, Едвард Томпсон, Реймонд Вільямс, Стюарт Гол, Річард Джонсон).

Тематизацію культурних практик актуалізує О. Копієвська. Дослідниця докладно та всебічно аналізує відмінності українського, британського та американського трактування «культурних досліджень», розуміння «практик» та подає власне визначення «культурна практика», під яким визначає «предметно-практичну діяльність людини / людей, пов'язану зі створенням, поширенням або споживанням культурних продуктів» (Копієвська, 2019, с. 52).

Питання неспоріднених поглядів на культурологію як науку, «сміслові аспекти культури і Cultural Studies як конкретної методології вивчення феноменів популярної культури» декларують С. Русаков, Н. Ткачук (2016, с. 157) які вказують, що Cultural Studies «спрямована на вивчення її предмета з погляду культурної практики і її становлення до влади», основною метою якої є «розкриття відносин влади та вивчення, як на ці відносини впливають форми культурної практики» (с. 161).

Термінологічні тонкощі різниці перекладу окремих визначень мистецьких практик, а також легітимності їх стилістичної приналежності на теренах Львова

аналізує О. Голубець (2001). Важливу дискусію навколо форми та самоназви сучасного мистецтва, культурних практик відзначає О. Сидор-Гібелінда (2008).

Однак, недостатньо висвітленими залишаються питання комплексного визначення культурно-мистецьких практик, поглядів на культурологію як науку та структуру культурологічного вчення.

■ **Мета статті**

Аналізуючи зарубіжний та вітчизняний науковий дискурс конкретизувати визначення актуальних термінів і понять у парадигмі прикладних культурологічних досліджень.

Методологія дослідження: застосовано методи, відповідні системному культурологічному підходові, в тому числі метод синтезу, що допоміг зіставити та узагальнити наукові джерела і літературу; системний метод для аналізу культурологічних аспектів мистецьких процесів. Таким чином, за допомогою заявлених методів зібрані та науково обґрунтовані існуючі теорії щодо розуміння окремих якостей визначеної проблеми

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній на основі аналізу міжнародної та вітчизняної наукової дискусії теоретичних і практичних досліджень культурних та мистецьких практик сформульовано комплексне визначення «актуальні культурно-мистецькі практики та процеси»; з'ясована роль об'єкту у міждисциплінарних дослідженнях.

■ **Виклад матеріалу дослідження**

Представники Франкфуртської філософської школи Теодор Адорно, Макс Горкгаймер уперше використовують термін «культурна індустрія». Критикуючи індустріалізацію та комодифікацію в культурно-мистецькій сфері, згадуючи наперед такі масові індустріальні види – радіо та телебачення, автори наголошують на непорушності «елітарності», як форми сприйняття мистецтва та культури в суспільстві (Адорно & Хоркхаймер, 1947/1997).

У британському науковому дискурсі Р. Джонсон (2012) підтримує модерні погляди Карла Маркса, відповідно до яких культура є «областю соціального розмаїття та боротьби» (с. 82). Автор розвиває проблематику принципів критичного мислення, а саме: яким чином академічна наука може бути корисною для отримання корисних знань (с. 84). На його думку «теорія» має статус «абстракції» та протиставляється «конкретним дослідженням». Культурні дослідження він визначає як інтелектуальну та політичну традицію щодо академічних дисциплін, з точки зору теоретичних парадигм чи на основі відповідних об'єктів дослідження (с. 86), однак у полеміці культурних досліджень визнає першість модерністичного та, особливо, постмодерністичного дискурсу, оскільки «сучасний формальний аналіз передбачає докладний та систематичний опис суб'єктивних форм, їх тенденцій та впливів» (с. 113).

Аналізуючи британський та американський напрями Cultural Studies С. Русаков та Н. Ткачук (2016) зауважують, що його новизна полягає в розширенні поняття культури, яке раніше обмежувалося здебільшого мистецтвом у вигляді найкращих зразків та досягнень людства, представлених у музеях та галереях.

Для Cultural Studies культура – одна з форм соціальної практики, повсякденність, спосіб життя. Культура – це те, чим просякнуті всі соціальні практики в суспільстві, вона є їхнім комунікативним ядром. Cultural Studies зосереджуються довкола питання динаміки сучасної культури, її історичного коріння та розбіжностей. Зі свого боку, О. Копієвська (2018) визначає Cultural Studies як «сукупність методологічно й дисциплінарно гетерогенних, але тематично пов'язаних концептуальних дискурсів», де культура виступає як фрагментарна, мозаїчна, гібридна (с. 57).

Однак у цьому контексті закономірним постає питання: чи розвиток виробничих відносин, інформаційна революція, демократизація усіх процесів, глобалізація залишають місце для мистецтва, яке за сучасними мірками, з одного боку, належить до академічних постулатів, з іншого – є продуманою маркетинговою стратегією, пов'язаною із загальною лібералізацією суспільства. Чим стали мистецькі практики у структурі Cultural Studies на початку XXI сторіччя. Повертаючись до досліджень Р. Джонсона (2012), можемо з упевненістю стверджувати дієвість алгоритму Cultural Studies – Art, оскільки форми, закономірності та конвенції класичних видів мистецтва (література, живопис, театр тощо) мають значний соціальний вплив. Культурний продукт сприймається соціумом як певний текст, тож важливо донести до загалу коди, з допомогою яких цей текст прочитується, залежно від рівня споживача. Очевидно, що культурні зміни пов'язані зі змінами активностей, смаків, ідей, бажань. Людина масової культури на початку XXI ст. набуває рис активного споживача, де активність розглядається як культурна практика, здатність прочитувати коди та перетворювати пропоноване індустрією. Р. Джонсон (2012) наводить ще один важливий аргумент: необхідність розподілу функцій між тими, хто пише тексти (творцями), та тими, хто навчає загальні читати, коментує культуру (критиками). В есе «Культура проста» Реймонд Вільямс визначає культуру як спосіб життя. Цитуючи принципи Маркса: «Культура зрештою має розумітися з огляду на систему виробництва», доповнює: «Культура – це спосіб життя, а мистецтво є частиною соціальної організації, на яку безпосередньо впливають економічні зміни» (Уільямс, 1958).

Коментуючи вітчизняну дилему тлумачення термінології сучасне – актуальне – контемпораріарт – contemporaryart, звертаємось до праць культурологів та мистецтвознавців. Взаємодія між традиційним (масовим) та тим, що ми розуміємо під сучасним, актуальним насправді значно глибша, аніж видається на перший погляд. Традиційне свого часу було сучасним, а сучасне в основі має традиційне.

Чи не першим «актуальне» в літературі окреслив наприкінці 90-х років XX сторіччя Володимир Єшкілев (б. р.) як проблему спроможності твору перебувати в часі й метачасі та утримувати сенс творення щодо цих вимірів. «... Цінності як вимоги до волі та мети, покладені на часові координати, породжують категоріальний вимір «актуального», тобто «ціннісного сьогодні»...корпус актуального знаходиться в метачасі, на перехресті зажаданих кон'юнктурою ідей та незалежної від кон'юнктури позалюдської волі... Актуальність можна ще визначити як буттєве погодження вимог з процесом (модою) художнього суцього та з вимогами «утримання вищого творчого сенсу». Тож, як бачимо, автор, акцен-

туючи на сенсовості, «позалюдській волі», наголошує на відмінності мистецтва (в конкретному випадку – літератури) від творчості.

Олег Сидор-Гібелінда (2008) синонімом «актуального» вважає «contemporary art», тобто «експериментально-пошукове мистецтво наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст... ситуативний синонім ПОСТМОДЕРНУ. Ні в якому разі не означає мистецтва, сучасного лише внаслідок своєї хронології появи на світ» (с. 291).

Катерина Бусол (2013), під сучасним («contemporary») розуміє не мистецтво, що твориться безпосередньо сьогодні: у 90-х, 2000-х, нині, а протирічливі культурні феномени різних епох, що вважались сучасними на момент їх виникнення та породжували гострий соціальний резонанс. Одночасно як традиційні, розглядаються культурні процеси і твори, що стали прийнятними для суспільства.

Тамара Злобіна (Радинський & Злобіна, 2010), визначаючи «актуальність», наголошує на темпоральності як основного критерію «...сучасне мистецтво – це мистецтво доби тотального панування часу над простором, що привілеює часову синхронність, рівнобіжність темпорального виміру, належність до єдиного хронологічного контексту. Не відповідає цим вимогам означає не належати до сфери «сучасного мистецтва», яке не може бути «актуальним» на місцевому рівні й «неактуальним»назовні». Вона ж зауважує, що усі спроби «осучаснити» пострадянське мистецтво насправді зводились до намагання поставити його на контрольований виробничий потік: «Мистецтво проголошувалося такою ж інституцією ліберального суспільства, як, скажімо, прозорі вибори, а митці мали стати кимось на кшталт членів виборчих комісій, які можуть не лише спостерігати за дотриманням демократичних процедур, але й спрямовувати свої скарги у відповідні інстанції». «...Із привілейованого громадського спостерігача митець знову перетворився на дизайнера дозвілля, цього разу капіталістичного...» (Радинський & Злобіна, 2010). Журналістською профанацією є використання кириличної кальки «контемпораріарт» для окремих феноменів, оскільки «...контемпораріарт – це і є contemporary art, сучасне мистецтво, а сучасне мистецтво, своєю чергою – це все мистецтво, яке твориться зараз. Таким чином, не можна говорити про «сучасне мистецтво» і просто «мистецтво» – існує тільки хороше й погане сучасне мистецтво» (Радинський & Злобіна, 2010).

П. Герчанівська (2015) визначає культурні процеси як «зміни у часі станів культурних систем та об'єктів, а також типові моделі взаємодії між людьми та соціальними групами» (с. 343). Під культурно-мистецькими процесами розуміємо якісну зміну станів або явищ мистецьких форм, систем, об'єктів, взаємодій, що відбуваються у ході розвитку загальної чи конкретної культури суспільства.

Формулювання терміну «мистецькі практики» пов'язується переважно з авангардними напрямками мистецтва початку ХХ ст., презентаціями творів на вулицях та інших просторах. Важливою функцією мистецтва цього періоду була дієвість, соціальна комунікація. Мистецтво повинно було вразити, викликати активну реакцію стороннього. Авангардне мистецтво відкидало традиційні академічні інституції для свого вираження: театральні та концертні зали, музеї, галереї, завойовуючи невластиві нові простори (як стаціонарні, так і пересувні). Як зауважує Лілія Немченко (2015): «Хоча світоглядно-естетичні витоки сучасних мистецьких практик знаходяться у полі авангарду, реальне їх існування пов'яза-

не з репрезентацією посткласики», де під посткласикою розуміється алогічне, позасмислове завершення, кінець усіх кінців, що відкидає протиставлення високого та низького, елітарного і масового, де достатньою умовою актуальності є перформативність як якість «зробленості» на публіку, репрезентативності, зміщення акценту з результату практики на процес.

У сказаному контексті, до мистецьких практик залучають динамічні: інсталяція, флешмоб, гепенінг, перформанс; та статичні: стріт-арт, паблік-арт. У класичних формах декларувався постулат: мистецтво не повинно пахнути потом. Перформативність же, як риса дієвості, навпаки заохочує до демонстрації усіх рівнів підготовчих та виконавських процесів. У минулому виставковій (непроцесійній) виді мистецтва: живопис, графіка, одночасно література нині набувають процесійних рис, стають важливими як «інші» види активної комунікації. Додамо, що неспоріднені раніше види: візуальні, вербальні, пластичні, сьгодні змішуються, утворюючи нові підвиди, жанри. Мистецькі практики, що демонструються поза звичними спеціалізованими просторами, захоплюють у коло своїх творців і цілком випадкову аудиторію, чим збагачують як сам текст, так щоразу і доповнюють його смисли.

Артпрактики втрачають сенс за відсутності публіки. Саме цим вони підтверджують свій статус структурної одиниці Cultural Studies. Публічністю вони споріднені з політикою – виконавське мистецтво близьке до політичного дискурсу (Арендт, 2014) і, як політика, хоча і доступні усім, втім орієнтовані на певного глядача. Традиційне, масове – звично має ширшу аудиторію, пов'язану з транслюванням загальних культурних практик. Артпрактики ХХІ ст., в сенсі їх належності до мистецтва, не сприймаються однозначно або сприймаються із нерозумінням непідготовленим глядачем. Однак, спостерігаючи за культурно-мистецькими процесами, відзначимо певний прогрес: від майже повної ізоляції та несприйняття у 80-х – 90-х роках ХХ ст. до зацікавленості, співучасності, обговорюваності серед нинішньої молоді аудиторії, чиї вподобання, як не дивно, більшою мірою пов'язані з масовою культурою, аніж представників класичних шкіл чи старшого покоління. Складно назвати ці зміни позитивними, адже, потрапляючи у простір масової культури, артпрактики демократизуються. Позаяк публіка не вимагає визнання за ними статусу творіння (Немченко, 2015), багато митців комерціалізуються, чи деградує, наслідуючи самих себе. «Актуальне», через невмотивоване використання втрачає первісну гостроту, набуває статусу модного визначення, активно використовується у споживацтві. Тож, втрачаючи громадянську значущість, гостроту експериментальності, актуальне стає неактуальним «і перетворюється на індустрію з виробництва статусних художніх товарів» (Радинський & Злобіна, 2010).

■ Висновки

Отже, вивчаючи Cultural Studies як міждисциплінарну галузь, що досліджує взаємозв'язок політичних, суспільних відносин та впливу на них культурних у загальному змісті процесів пропонуємо авторське визначення «актуальні культурно-мистецькі практики та процеси». Під ними ми розуміємо громадянсько значущу, гостро експериментальну естетичну діяльність людини/людей, пов'язану зі створенням творів мистецтва, їх освоєнням у громадських просторах, збере-

женням, перманентним застосуванням чи демонстрацією, а також якісну зміну станів або явищ мистецьких форм, систем, об'єктів, взаємодій, що відбуваються у ході розвитку загальної чи конкретної культури суспільства, вважаються сучасними на момент їх виникнення та породжують гострий соціальний резонанс. Актуальні культурно-мистецькі процеси характеризуються унікальністю, а їх варіантність визначається поєднанням умов та обставин протікання. У цьому сенсі вони є динамічними формами, а культурно-мистецькі практики можуть розглядатись як артефакти цих форм.

■ Список використаних джерел

- Адорно, Т. Л. В. & Хоркхаймер, М. (1997). *Диалектика просвещения. Философские фрагменты* (Пер. М. Кузнецова). Центр гуманитарных технологий. <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5521> (Оригинал опубликован 1947).
- Арендт, Х. (2014). *Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли*. Издательство Института Гайдара.
- Бусол, К. (2013, 26 ноября). Искусство современное vs традиционное. *Art Ukraine*. <http://artukraine.com.ua/a/iskusstvo-sovremennoe-vs-tradicionnoe/#.XjI3vNlZdG>.
- Герчанівська, П. Є. (2015). *Культурологія* [Термінологічний словник]. Національна Академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Голубець, О. (2001). *Між свободою і тоталітаризмом. Мистецьке середовище Львова другої половини ХХ століття*. Академічний експрес.
- Джонсон, Р. (2012). Так что же такое культурные исследования? *Логос*, 1, 80–135.
- Єшкілев, В. (б. р.). Актуальна проблема в літературі. *Плерома. Глосарійний корпус*, випуск 3. Взято 6 лютого 2020 з <http://www.ji.lviv.ua/ji-library/pleroma/gk-av.htm>.
- Копієвська, О. Р. (2018). *Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.)* [Дисертація доктора культурології, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв].
- Копієвська, О. Р. (2019). Культурні практики в дискурсі CULTURAL STUDIES. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 49–53.
- Немченко, Л. (2015). Современные художественные практики: перекодирование публичных пространств. *Топографии популярной культуры*. <https://public.wikireading.ru/162687>.
- Радинський, О., & Злобіна, Т. (2010, 8 июня). Контемпораріарт та актуальне мистецтво. *Спільне = Commons*. <https://commons.com.ua/uk/kontemporariart-ta-aktualne-mistetsv/>.
- Русаков, С. С., & Ткачук, Н. М. (2016). Британський та американський напрями Cultural Studies: компаративний аналіз. *Гілея: науковий вісник*, 115, 157–162.
- Сидор-Гібелінда, О. (2008). *Українці на Венеційській бієнале: сто років присутності*. Наш час.
- Уильямс, Р. (1958). *Культура обыденна* https://www.academia.edu/20109753/Уильямс_Р_Культура_обыденна_1958

■ References

- Adorno, T. L. W., & Horkheimer, M. (1997). *Dialektika prosveshcheniia. Filosofskie fragment [Dialectics of Enlightenment. Philosophical fragments]* (Trans. M. Kuznetsova). Center

- for Humanitarian Technologies. <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5521>(Original work published 1947) [in Russian].
- Arendt, H. (2014). *Mezhdru proshlym i budushchim. Vosem upravnenii v politicheskoi mysli* [Between the past and the future. Eight exercises in political thought] Izdatelstvo Instituta Gaidara [in Russian].
- Busol, K. (2013, November 26). Iskusstvo sovremennoe vs traditcionnoe [Contemporary vs traditional art]. *Art Ukraine*. <http://artukraine.com.ua/a/iskusstvo-sovremennoe-vs-tradicionnoe/#.XjI3vNlzZdg> [in Russian].
- Herchanivska, P. (2015). *Kulturolohiia* [Cultural Studies] [Terminological dictionary]. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Holubets, O. (2001). *Mizh svobodoiu i totalitaryzmozom. Mystetske seredovyshche Lvova druhoi polovyny XX stolittia* [Between freedom and totalitarianism. The artistic environment of Lviv in the second half of the twentieth century]. *Akademichnyi ekspres* [in Ukrainian].
- Johnson, R. (2012). Tak chto zhe takoe kulturnye issledovaniia? [What is the cultural research after all?]. *Logos*, 1, 80–135 [in Russian].
- Kopievska, O. R. (2018). *Transformatsiini protsesy v kulturnykh praktykakh Ukrainy: hlobalnyi, hlokalnyi kontekst ta lokalni osoblyvosti (kinets XX – pochatok XXI st.)* [Transformational Processes in the Cultural Practices of Ukraine: Global, Glocal Context and the Local Particularities (the end of the 20th – the beginning of the 21st centuries)] [Doctoral Dissertation, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Kopievska, O. R. (2019). Kulturni praktyky v dyskursi CULTURAL STUDIES [Cultural practices in the discussion of CULTURAL STUDIES]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 49–53 [in Ukrainian].
- Nemchenko, L. (2015). Sovremennye khudozhestvennye praktiki: perekodirovanie publicnykh prostranstv [Contemporary Art Practices: Transcoding Public Spaces]. *Topografii populyarnoy kulturyi*. <https://public.wikireading.ru/162687> [in Russian].
- Radynskyi, O., & Zlobina, T. (2010, June 8). Kontemporari art ta aktualne mystetstvo [Contemporary art and contemporary art]. *Commons* <https://commons.com.ua/uk/kontemporariart-ta-aktualne-mistets/> [in Ukrainian].
- Rusakov, S. S., & Tkachuk, N. M. (2016). Brytanskyi ta amerykanskyi napriamy Cultural Studies: komparatyvnyi analiz [British and American Cultural Studies: comparative analysis]. *Hileia: naukovyi visnyk*, 115, 157–162 [in Ukrainian].
- Sydor-Hibelinda, O. (2008). *Ukrainci na Venetsiiskii bienale: sto rokiv prysutnosti* [Ukrainians at the Venice Biennale: One hundred years of presence]. *Nash chas* [in Ukrainian].
- Williams, R. (1958). *Kultura obyidenna* [Non-scientific Culture]. https://www.academia.edu/15992807/Уильямс_Р._Культура_обыденна [in Russian].
- Yeshkilev, V. (n.d.). Aktualnoho problema v literaturi [The topical issue on the literature]. *Pleroma. Glossary building*, Vol. 3. Retrieved February 6, 2020, from <http://www.ji.lviv.ua/ji-library/pleroma/gk-av.htm> [in Ukrainian].

CONTEMPORARY ART AND CULTURAL PRACTICES AND PROCESSES IN SCIENTIFIC DISCOURSE

Nadiia Babii

*PhD in Art Studies, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to specify the definition of relevant terms and concepts in the paradigm of applied cultural studies. The article reviews the concepts of “cultural practices and processes”, “art practices”, “art processes” and issues regarding the term definition and their combination. It defines “Cultural Science”, “Cultural Studies”, and “Culturology”, and places art practices in cultural discourse and “contemporary issue” in the system of the contemporary art research. Thus, at the present stage, it is essential to consider the art and cultural research issues because of their crucial social point. The research methodology applies methods of the system-wide cultural approach, in particular, the method of synthesis, which has helped to compare and generalise research sources and literature; system method for analysis of cultural aspects of art processes. Thus, with the help of the methods mentioned above, we collected the existing theories on an appreciation of the issue’s properties and gave scientific credence to it. The scientific novelty of the article is to express a comprehensive definition of “contemporary art and cultural practices and processes”; to clarify the role of the object in interdisciplinary research using the analysis of the international and domestic scientific discussion of theoretical and practical research of art and cultural practices. Conclusions. Thus, researching Cultural Studies as an interdisciplinary field that examines the ties between political and social relations and the impact of cultural processes in general, we propose an author’s definition of “contemporary art and cultural practices and processes”. By them, we imply the civil significant and the incredibly innovative aesthetic activity of a person/people associated with the creation of art pieces, their acquisition by public spaces, preservation, permanent application or demonstration, as well as a qualitative change in the states or phenomena of art forms, systems, objects, interactions that occur during the development of global or definite society culture, and are considered up-to-date at the time of their emergence and generate an acute social resonance. Contemporary art and cultural processes are characterised by uniqueness, and their variability is determined by a combination of conditions and circumstances. For this purpose, they are dynamic forms, and art and cultural practices can be treated as artefacts of these forms.

Keywords: contemporary art issues; art and cultural practices; art and cultural processes

■ АКТУАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ И ПРОЦЕССЫ: ПРОБЛЕМАТИКА НАУЧНОГО ДИСКУРСА

■ Бабий Надежда Петровна

■ *Кандидат искусствоведения, доцент,*

ORCID: 0000-0002-9572-791X, e-mail: nbabij26@gmail.com,

*Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника,
Ивано-Франковск, Украина*

■ Аннотация

Цель статьи – конкретизация определения актуальных терминов и понятий в парадигме прикладных культурологических исследований. В статье исследуются понятия «культурные практики и процессы», «художественные практики», «арт-процессы» и проблемы в определении сроков и их комбинационного сочетания. В частности: «Культурология», «Cultural Studies», «Culturology» и определения места художественных практик в культурологическом дискурсе и «актуального» в системе исследования современного искусства. Итак, на сегодняшнем этапе, актуальной становится проработка проблематики культурных исследований с учетом их острой социальной значимости. Методология исследования: применены методы, соответствующие системному культурологическому подходу, в частности метод синтеза, который помог сопоставить и обобщить научные источники и литературу; системный метод для анализа культурологических аспектов художественных процессов. Таким образом, с помощью заявленных методов собраны и научно обоснованы существующие теории относительно понимания отдельных качеств определенной проблемы. Научная новизна работы заключается в том, что в ней на основе анализа международной и отечественной научной дискуссии теоретических и практических исследований культурных и художественных практик сформулировано комплексное определение «актуальные культурно-художественные практики и процессы»; выяснена роль объекта в междисциплинарных исследованиях. Выводы. Итак, изучая Cultural Studies как междисциплинарную область, которая исследует взаимосвязь политических, общественных отношений и влияния на них культурных в общем смысле процессов предлагаем авторское определение «актуальные культурно-художественные практики и процессы». Под ними мы понимаем гражданско значимую, остро экспериментальную эстетическую деятельность человека / людей, связанную с созданием произведений искусства, их освоением в общественных пространствах, хранением, перманентным применением или демонстрацией, а также качественное изменение состояний или явлений художественных форм, систем, объектов, взаимодействий, происходящих в ходе развития общей или конкретной культуры общества, которые считаются современными на момент их возникновения и порождают острый социальный резонанс. Актуальные культурно-художественные процессы характеризуются уникальностью, а их вариантность определяется сочетанием условий и обстоятельств протекания. В этом смысле они являются динамическими формами, а культурно-художественные практики могут рассматриваться как артефакты этих форм.

■ **Ключевые слова:** актуальное в искусстве; культурно-художественные практики; культурно-художественные процессы

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221048
УДК 784.4:78.071.1

НЕВІДОМИЙ АВТОР ВСЕСВІТНЬО ВІДОМОЇ ПІСНІ: БІОГРАФІКА ЯК ВЕКТОР КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Турчак Леся Іванівна

Кандидат мистецтвознавства, доцент,
ORCID: 0000-0002-0490-8732, e-mail: lessit@ukr.net,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Турчак, Л.І. (2020). Невідомий автор всесвітньо відомої пісні: біографіка як вектор культурологічного дослідження. *Питання культурології*, (36), 79-89. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221048>.

Анотація

Мета статті – проаналізувати дослідження, присвячені авторству пісні «Гуцулка Ксеня». Методи дослідження: теоретичний – для розкриття проблемних сторін досліджуваного питання; гіпотетичний – дозволяє, спираючись на наукові дослідження, робити припущення стосовно авторства пісні; історичний – для систематизації інформації у хронологічній послідовності, а також порівняльний аналіз і аналіз вторинних даних, зібраних зі звітів, журналів та інших періодичних видань. Наукова новизна. З позиції культурології здійснено комплексний аналіз досліджень, що стосуються авторства пісні «Гуцулка Ксеня», уточнено біографічні дані Я. Барнича та Р. Савицького. Висновки. Визначено, що пісня «Гуцулка Ксеня», з'явившись у 1945 році, згодом набула популярності та стала настільки близькою для українців, що тривалий час її вважали народною. Тоді ж постало питання про її авторство, і у 60-х роках ХХ століття була створена комісія (до складу якої також входив Р. Савицький), яка визнала автором Р. Савицького. Доведено, що у радянські часи біографія музикантів та композиторів безпосередньо впливала не лише на подальшу творчу діяльність, а й на встановлення авторства. Так, біографія Р. Савицького цілковито відповідала ідеологічним настановам тогочасної влади, на відміну від біографії Я. Барнича, який проживав за кордоном, його оперети були під забороною, і авторство композитора могло негативно вплинути на можливість виконання пісні. Відзначимо, що й сьогодні тривають суперечки навколо авторства пісні «Гуцулка Ксеня», що пов'язані зокрема з існуванням декількох подібних мелодій і дещо змінених текстів. З нашої точки зору, авторство належить Я. Барничу, що доводять не лише спогади його дружини – Я. Рубчаківни-Барнич, а й дослідження С. Пушик, Л. Філоненко та В. Кобаль. Однак, пошук істини ускладнює відсутність

інтерв'ю, листа або будь-якого іншого документа, а питання авторства почало цікавити дослідників вже після смерті Я. Барнича.

■ **Ключові слова:** Ярослав Барнич; Роман Савицький; автор пісні «Гуцулка Ксеня»; диригент; композитор; музикант; музика; культура

■ Вступ

Події, що відбувались на території України наприкінці XIX – початку XX століття, змусили багатьох митців залишити країну. Вони отримали визнання далеко за межами Батьківщини, а їх творчість вплинула на розвиток не лише українського, а й світового мистецтва. Крилатий вираз «Нашого цвіту – по всьому світу» відомий кожному українцю. До такого «цвіту» належать і українські митці, які стали відомими за кордоном. Як не дивно, але виявилось, що досліджень, присвячених творчості українців за кордоном, не так і багато. Яскравим прикладом цього стало питання авторства всесвітньо відомої пісні «Гуцулка Ксеня». Цим і зумовлено *актуальність* дослідження.

Творчості українських митців присвячено чимало публікацій. Так, діяльності скульптора О. Архипенка присвячена монографія М. Голубця (1922). Дослідник був першим, хто у 1920 році написав та видав першу україномовну монографію про О. Архипенку, вона була надрукована на сторінках часопису «Громадський вісник». Н. Кубриш (2004) в дисертаційному дослідженні прослідковує творчі ідеї скульпторів О. Архипенка та І. Кавалерідзе. Роль українського художника Д. Бурлюка в історії українського авангарду (1907–1920) розглянуто в кандидатському дослідженні І. Кузьменко (2014). У дисертаційному дослідженні Н. Калущкої (2001) з'ясовано роль О. Кошиця на різних етапах розвитку українського мистецтва, розкрито його діяльність в контексті музики XX сторіччя. У дослідженні С. Салій (2010), що стосувалось творчості О. Кошиця, проаналізовано хорові обробки та їх першоджерела, визначено стиль композитора та вплив фольклору на формування музичної мови і виразових засобів митця. Музичну творчість В. Горовиця відображено у кандидатському дослідженні Ю. Зільбермана (2004), де зосереджено увагу на київському періоді творчості піаніста. Перше опубліковане дослідження творчості В. Авраменка вийшло у Канаді (Вінніпег). Це робота І. Книш «Жива душа народу» (1966).

Разом з тим, недостатньо інформації, а якщо вона і є, то досить суперечлива про низку українських постатей. До таких митців належить і Ярослав Барнич. І, хоча, окремі аспекти життя і творчого доробку Я. Барнича досліджували Наталія Ек, Осип Гайський, Степан Пушик, Степан Стельмащук, Людомир Філоненко та ін., однак, інформація стосовно авторства деяких його пісень є розбіжною.

■ Мета статті

Мета статті – здійснити аналіз наукових досліджень, присвячених питанню авторства пісні «Гуцулка Ксеня». Методи дослідження: теоретичний (допомагає розкрити проблемні сторони досліджуваного питання), гіпотетичний (ґрунтується на гіпотезі, наукових дослідженнях та припущеннях, що стосуються питання авторства пісні «Гуцулка Ксеня»), історичний (з його допомогою інформацію

було систематизовано та подано у хронологічній послідовності, досліджено суть проблеми, яка також пов'язана з певними історичними подіями, що відбувалися в Україні). Автор здійснила порівняльний аналіз, а також аналіз вторинних даних, зібраних зі звітів, журналів та інших періодичних видань. Наукова новизна: з позиції культурології здійснено комплексний аналіз досліджень, що стосуються авторства пісні «Гуцулка Ксеня», уточнено біографічні дані Я. Барнича та Р. Савицького.

■ Виклад матеріалу дослідження

Перша платівка з пісню «Гуцулка Ксеня» з'явилася 1945 року. Записана Ансамблем пісні і танцю Першого Українського фронту під керуванням заслуженої артистки України Лідії Чернишової, в Чехословаччині на невеликій фірмі «Еста». На етикетці платівки, яка збереглася у колекціонерів, вказано, що це – народна пісня Закарпаття.

У 1955 році пісню записали на платівку учасниці відомого тріо бандуристок Ніна Павленко, Валентина Третьякова й Тамара Поліщук. На етикетці платівки зазначено, що це – українська народна пісня. Після виконання цим тріо пісні, її почали виконувати інші виконавці, вона з'явилася в нотних виданнях і пісенних збірниках (Полонський & Шемета, 2001). Та, коли пісня «Гуцулка Ксеня» набула популярності, виникло питання стосовно її автора.

Наголосимо, що питання авторства цікавить вітчизняних дослідників не одне десятиліття. Ця тема стала актуальною ще в 1990-х і продовжує бути такою сьогодні. Суперечливість питання полягає в тому, що одні дослідники автором пісні вважають Я. Барнича, інші – Р. Савицького. Так, Я. Барнича вважають автором пісні «Гуцулка Ксеня» С. Пушик, Л. Філоненко, В. Кобаль. Інші, П. Арсенич, О. Руда, доводять авторство Р. Савицького.

Розглянемо це докладніше. Ярослав Васильович Барнич – український диригент, композитор. Народився 1896 року у селі Балинці поблизу Коломиї, з дитинства займався музикою. Працював у різних містах України (Ужгород, Самбір, Станіславів та ін.), його діяльність завжди була пов'язана з музикою. У 1944 році Барнич переїхав до Німеччини, де мешкав до 1949 року, потім емігрував до США.

Довгий час в Україні було недостатньо інформації про Ярослава Васильовича. На початку 90-х почали вивчати творчість митця (Г. Черкаська, О. Гайський, С. Пушик, С. Стельмашук). Науковці досліджували не лише творчий шлях диригента та композитора, а й питання авторства пісні «Гуцулка Ксеня».

Роман Савицький (23.02.1904–11.11.1974) – український самодіяльний композитор, педагог. Народився 23 лютого 1904 року в селі Бачина (нині Старосамбірський район Львівської області). Працював учителем історії приватної гімназії в Станіславові, яку у 1939 році перетворили на середню школу, а Савицького призначили її директором. У 1946–1948 роках радянська влада оголосила Романа Савицького «народним піснярем» (Руда, 2017). І, коли у 60-х роках ХХ століття тріо бандуристок включили до свого репертуару пісню «Гуцулка Ксеня», то комісія (В. Флис, М. Білан, Р. Савицький), розглядаючи питання авторських прав для отримання гонорару, визнала автором Р. Савицького (Пушик, 1990).

Наголосимо, що на той час, Я. Барнич знаходився за кордоном, відомостей про нього було мало, а його авторство могло негативно вплинути на можливість виконання пісні. Оперети композитора були під забороною, і лише в середині 90-х років, коли Україна отримала незалежність, донька композитора Ірина Барнич-Дубас змогла передати лібрето і клавіри оперет «Шаріка» і «Гуцулка Ксеня» на Батьківщину (Філоненко, 2019).

Публікація, яка викликала резонанс у 1990 році «Хто написав «Гуцулку Ксеню?» належала С. Пушику («Молодь України» 18 січня 1990 р.). Саме в статті дослідник доводив, що автор відомої української пісні композитор Я. Барнич. Степан Григорович Пушик зацікавився автором пісні «Гуцулка Ксеня» ще у далеких 1960-х, планував статтю про Р. Савицького оскільки «його ім'я згадувалося у словниках і енциклопедіях, а газети і журнали, радіо і телебачення часто називали його автором «Гуцулки Ксені»» (Пушик, 1990). Зокрема, Христина Сохройтеї (журналістка), натякнула досліднику, що «Гуцулка Ксеня» написана композитором Ярославом Барничем. На жаль, у 1960-х С. Пушик особисто не зміг зв'язатись з Я. Барничем і здійснити більш ґрунтовне дослідження, пов'язане з авторством. Лише у 90-ті роки йому стали відомі біографічні дані композитора (Пушик, 1990).

Степан Григорович Пушик прагнув об'єктивно розібратися та встановити істину. У публікації («Молодь України» 18 січня 1990 р.) він наводив приклад листування композитора із журналістом, де музикант скаржився на те, що його твори вкрадено. Однак ні назви творів, ні прізвищ там не вказано.

1995 року (у газеті «Галичина») з'явилась публікація С. Пушика «Таланти повертаються з невідомості» (Про авторів пісень «Червоні маки» і «Гуцулка Ксеня»). Дослідник зазначав, що стаття «Хто написав «Гуцулку Ксеню?»» (1990) викликала «бурю». В даній публікації С. Пушик з впевненістю стверджував, що автор пісні «Гуцулка Ксеня» – Я. Барнич. Цю впевненість підкріпили спогади дружини Я. Рубчаківни-Барнич. Одного вечора, коли вона з дітьми повернулася додому, він (Я. Барнич) сів біля цитри і заграв дві свої композиції до слів Р. Савицького, – «два танга: «Ох, соловію» та «Хлопче мій хлопче» – дружина згадувала – ми були захоплені і просто примусили його далі щось таке легке й мелодійне творити. За короткий час з'явилися такі його твори, як «О, гарна крале», «Запізно», «Молоді емерити», «Лист» і врешті – славне танго – пісня «Гуцулка Ксеня»» (Пушик, 1995). Питання авторства почало цікавити дослідників, вже після смерті Я. Барнича. Пошук істини ускладнює відсутність інтерв'ю, листа або будь-якого іншого документа.

Василь Кобаль – член Національної ліги українських композиторів також вважає, що автор пісні – Я. Барнич. Він припускає, що у певний період часу існувало декілька подібних мелодій і дещо змінених текстів подібних до пісні «Гуцулка Ксеня», але найбільш відомий її варіант належить Барничу.

В одній із публікацій («Автор пісні «Гуцулка Ксеня» працював у театрі в Ужгороді») він наводить спогади племінниці композитора Олени Вергановської. З її слів, пісня-танго була написана 1932–33 рр. у Коломиї. У місцевій гімназії в ті роки навчалася гуцулка, яка подобалася Барничу, саме їй він присвятив пісню.

Кобаль (2013) зауважує, що у 1990 році ще одна учениця композитора Галина Синьківська написала лист С. Пушику, в якому оприлюднила іншу версію того, кому присвячено пісню композитора. Вона зазначала, що «прототип» героїні пісні – Ксенія Кленовська, яка навчалася у семінарії сестер-василіянок (Станіславів). Ярослав Барнич нібито часто зустрічався з нею, бо був закоханий у дівчину і написав на її честь пісню.

Музикознавець, педагог-піаніст, доктор філософії Л. Філоненко (2008), у публікації («Про композитора Ярослава Барнича та його пісню «Гуцулка Ксеня»») також безсумнівно стверджує, що автор пісні-танго «Гуцулка Ксеня» (слова і музика) – Ярослав Барнич. Він (як і В. Кобаль) наводить спогади племінниці композитора Олени Вергановської. У її будинку часто бував Ярослав Барнич, саме там він і працював над піснею «Гуцулка Ксеня». Цей факт підтвердили учні та сучасники митця: Лідія Біль, Галина Грабець, Зеновія Гоянюк, Марта Деделюк, Володимира Пригородська та ін. Філоненко вважає Ксеню Клиновську прообразом героїні пісні – саме вона навчалась у композитора (у місті Станіславів) і надихнула його на створення пісенного шедевра.

Іншу позицію щодо авторства пісні «Гуцулка Ксеня» висловив історик, член Національної спілки краєзнавців України П. Арсенич у книзі «Священничий рід Бурачинських», який зазначав, що саме Роман Савицький у 1936–1938 рр. написав слова до широковідомих пісень-танго «Гуцулко Ксеню», «Червоні Маки» та інших. Разом з тим Арсенич додав: «у 1932–1943 рр. Ярослав Барнич був професором музики в українських гімназіях Станіславова та активним композитором і диригентом. У 1942 р. була поставлена його оперета «Шаріка», дещо пізніше оперета «Гуцулка Ксеня». Під час війни у 1944 р. Барнич виїхав з родиною на Захід». П. Арсенич допускає думку, що, напевно, «радянська влада» приписала ці твори Р. Савицькому. Це і викликало «контраверсію» у спільноті (Арсенич, 2004, с. 38-39).

Подібної позиції дотримується й журналіст Ukrainian People Magazine (Чикаго, США) Ольга Руда (2017) у публікації «Український Чикаго попрощався з «Гуцулкою Ксенею»». У статті вона розповідає про Родину Бурачинських, біографію Романа Савицького, те, що саме він написав пісню «Гуцулка Ксеня» для племінниці Ксені на її день народження 1937 року. Після смерті Ксенії Данилишин, О. Руда спілкувалася із її компаньйонкою – Зеновією Барган (Чикаго). З її слів пісня написана Р. Савицьким у 1937 році на 13-річчя Ксенії. З. Багран в інтерв'ю зауважила, що Я. Барнич і Р. Савицький були знайомі, працювали разом у місті Станіславів. Роман Савицький керував мішаним хором «Боян», а Ярослав Барнич був певний час диригентом цього хору.

З метою ґрунтовного дослідження інформації стосовно авторства О. Руда наводить збірку статей «Альманах Станіславівської Землі», видану у 1975 році (Нью-Йорк – Торонто – Мюнхен). У статті «Ярослав Барнич: Життя і творчий шлях» Осип Гайський (1975), який опрацював архівні матеріали, жодним словом не згадував авторство Барнича у написанні пісні «Гуцулко Ксеню», а тільки його оперети «Шаріка» та «Гуцулка Ксеня». Дослідниця та журналістка вважає це незаперечним фактом авторства Р. Савицького (Руда, 2017).

2017 року численна кількість інформаційних видань (інформагентство АСС, zbruc, захid.net, visnyk.lutsk, gaika.if.ua) опублікували інформацію про те, що у США 5 червня померла уродженка косівського села Шешори Ксенія Бурачинська-Данилишин, саме та Ксеня, для якої було написано пісню «Гуцулка Ксеня».

Видання зазначали, що автором пісні є учитель з села Семиголів Сокильського району Львівської області Роман Савицький. Пісня написана ним, для 10-річної племінниці, дата написання – 1932 рік.

Але ця інформація суперечить дослідженням інших музикознавців та вчених. Складність виникла не лише із питанням авторства, а і з датою написання. На відміну від інших дослідників, які називають роком написання пісні 1932 рік, О. Руда вказує на 1937 рік.

Таким чином, існують аргументи на користь того чи іншого автора. Проте біографічні дані обох митців не виключають того, що дійсно у той час могла бути заміна авторства. Ярослав Барнич в молоді роки (17 років) служив у складі січових стрільців (1914), у період гітлерівської окупації працював диригентом Львівського оперного театру і це могло трактуватися після повернення радянської влади на українські землі як зрада, тому у 1944 році Я. Барнич переїхав до Німеччини, де мешкав до 1949 року, потім емігрував до США. Звісно для мистецтва радянського періоду така біографія була неприйнятною.

Біографія Р. Савицького допустима для тогочасної влади. Народився на Львівщині, отримав музичну освіту, у 1924 році вступив на історичний факультет Львівського університету, працював на посаді вчителя історії в приватній гімназії міста Станіславів. У вересні 1939 року гімназію перетворили на середню школу, а Романа Януарійовича призначили її директором. У 1950–1960-х роках Савицький працював учителем, викладав історію, був завучем, директором шкіл у селах Семигинів, Любинці Стрийського району. В антирадянщині помічений не був (Кома, 2019).

У ті часи біографія музикантів та композиторів мала важливе значення для подальшої творчої діяльності. Однак є речі, які не підпорядковуються заборонам чи поясненням – це народна любов. Пісня стала настільки популярною та близькою для українців, що тривалий час її вважали народною. Доказом цього була перша платівка з піснею «Гуцулка Ксеня», яка з'явилася 1945 року.

Іноді упорядники вказували автора слів і музики – Романа Савицького. У збірнику «Українські ліричні пісні», виданому у 1961 році Держвидавом образотворчого мистецтва і музичної літератури, зазначено автором музики – Р. Савицького, а слова – народні (Полонський & Шемета, 2001).

Висновки

З'ясовано, що пісня «Гуцулка Ксеня», з'явившись у 1945 році, згодом набула популярності та стала настільки близькою українцям, що тривалий час її вважали народною. Тоді ж постало питання про її авторство та призначення гонорару. І у 60-х роках ХХ століття була створена комісія (до якої також входив Р. Савицький), що визнала автором Р. Савицького.

Наголосимо, що у радянські часи біографія музикантів та композиторів безпосередньо впливала не лише на подальшу творчу діяльність, а й на встанов-

лення авторства. Так, біографія Р. Савицького цілковито відповідала ідеологічним настановам тогочасної влади. Він працював учителем, викладав історію, був завучем, директором шкіл у селах Семигинів, Любинці Стрийського району, а найголовніше – в антирадянщині помічений не був. На відміну від нього біографія Я. Барнича була «неприйнятною». Він проживав за кордоном. У молоді роки служив у складі січових стрільців, а у період гітлерівської окупації працював диригентом Львівського оперного театру, що могло трактуватися як зрада. Тож не дивно, що оперети композитора були під забороною, а його авторство могло негативно вплинути на можливість виконання пісні.

Відзначимо, що навколо авторства пісні «Гуцулка Ксеня» й на сьогодні існує багато суперечок. На жаль істину встановити досить складно. Тому однозначно стверджувати кому належать слова відомої пісні ми не можемо. Ситуація ускладнюється ще й тим, що вона мала декілька подібних мелодій і дещо змінених текстів.

З нашої точки зору, авторство належить Я. Барничу, що доводять не лише спогади його дружини – Я. Рубчаківни-Барнич, а й дослідження С. Пушика, Л. Філоненко та В. Кобаль. Однак, пошук істини ускладнює відсутність інтерв'ю, листа або будь-якого іншого документа, а питання авторства почало цікавити дослідників вже після смерті Я. Барнича. Тому, по можливості, ми розглянули усі існуючі версії.

Даним дослідженням матеріал не вичерпується, оскільки питання остаточно не з'ясовано. Можливо, із часом з'являться ще додаткові дані, які допоможуть з'ясувати правду.

■ Список використаних джерел

- Арсенич, П. І. (2004). *Священничий рід Бурачинських*. Нова Зоря.
- Гайський, О. (1975). Ярослав Барнич – життя і творчий шлях. В *Альманах Станіславівської землі = Almanac of the Stanyslaviv Region*. [Збірник матеріалів до історії Станіслава і Станіславщини] (Т. 28, с. 566–570). Видання Центрального Комітету Станіславщини.
- Голубець, М. (1922, 16–18 серпня). Олександр Архипенко. *Громадський вісник*.
- Зільберман, Ю. А. (2004). *Володимир Горовиць в культурному середовищі Києві кінця XIX – початку XX століття* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Національна музична академія України ім. П. І. Чайковського].
- Калуцька, Н. Б. (2001). *Мистецька діяльність Олександра Кошиця в контексті музики XX століття* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського].
- Книш, І. (1966). *Жива душа народу*. Новий Шлях.
- Кобаль, В. (2013, 22 вересня). *Автор пісні "Гуцулка Ксеня" працював у театрі в Ужгороді*. Закарпаття онлайн. <https://zakarpattya.net.ua/Zmi/114692-Avtor-pisni-Hutsulka-Ksenia-pratsiuvav-u-teatri-v-Uzhhorodi>.
- Кома, С. (б.р.). Загадка «Гуцулка Ксеня». *Волинська газета*. Взято 15 листопада 2020 з <http://volga.lutsk.ua/view/13144/2/>.
- Кубриш, Н. Р. (2004). *Міфопоетика скульптури О. Архипенка та І. Кавалерідзе* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Південноукраїнський державний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського].

- Кузьменко, І. В. (2014). *Д. Бурлюк в історії українського авангарду (1907–1920 рр.)* [Дисертація кандидата історичних наук, Чорноморський національний університет ім. П. Могили].
- Полонський, В., & Шемета, Л. (2001, 16–23 марта). Хто ж автор "Гуцулки Ксені"? *ZN,UA*. https://zn.ua/ART/tak_kto_zhe_avtor_gutsulki_kseni.html.
- Пушик, С. (1990, 18 січня). Хто написав "Гуцулку Ксеню?" *Молодь України*.
- Пушик, С. (1995, 29 липня). Таланти повертаються з невідомості. *Галичина*.
- Руда, О. (2017, 14 червня). *Український Чикаго попрощався з "Гуцулкою Ксеню". Правдива історія авторства легендарної української пісні*. <https://ukrainianpeople.us/український-чикаго-попрощався-з-гуцу>.
- Салій, С. (2010). Хорові обробки в творчості Олександра Кошиця. *Молодь і ринок*, 5, 57–60.
- Філоненко, Л. (2008). Про композитора Ярослава Барнича та його пісню "Гуцулка Ксеня". *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*, 4–5, 339–344.
- Філоненко, Л. (2019, 6 березня). *Міф та реальність "Гуцулки Ксені"*. *Zaxid.net*. https://zaxid.net/mif_ta_realnist_gutsulki_ksenyu_n1476977.

References

- Arsenyuk, P. I. (2004). *Sviashchenychyi rid Burachynskykh [Priestly family of Burachynsky]*. Nova Zoria [in Ukrainian].
- Filonenko, L. (2008). Pro kompozytora Yaroslava Barnycha ta yoho pisniu "Hutsulka Ksenia" [About the composer Yaroslav Barnych and his song "Hutsulka Ksenia"]. *MIST: Mystetstvo, istoriia, suchasnist, teoriia*, 4–5, 339–344 [in Ukrainian].
- Filonenko, L. (2019, March 6). *Mif ta realnist "Hutsulky Kseni" [Myth and reality "Hutsulka Ksenia"]*. *Zaxid.net*. https://zaxid.net/mif_ta_realnist_gutsulki_ksenyu_n1476977 [in Ukrainian].
- Haiskyi, O. (1975). Yaroslav Barnych – zhyttia i tvorchyi shliakh [Yaroslav Barnych – life and creative path]. In *Almanakh Stanislavivskoi zemli = Almanac of the Stanyslaviv Region*. [Collection of materials on the history of Stanislavov and Stanislavivshchyna] (Vol. 28, pp. 566–570). Published by Central Committee of Stanyslavivshchyna [in Ukrainian].
- Holubets, M. (1922, September 16–18). Oleksandr Arkhypenko [Alexander Archipenko]. *Hromadskyi visnyk* [in Ukrainian].
- Kalutska, N. B. (2001). *Mystetska diialnist Oleksandra Koshytsia v konteksti muzyky KhKh stolittia [Oleksandr Koshyts' artistic activity in the context of twentieth century music]* [Abstract of PhD Dissertation, Institute of Art Science, Folklore and Ethnology Named After MT Rilsky NASU] [in Ukrainian].
- Knysh, I. (1966). *Zhyva dusha narodu [The living soul of the people]*. Novyi Shliakh [in Ukrainian].
- Kobal, V. (2013, September 22). *Avtor pisni "Hutsulka Ksenia" pratsiuvav u teatri v Uzhhorodi [The author of the song "Hutsulka Ksenia" worked in a theater in Uzhgorod]*. <https://zakarpattya.net.ua/Zmi/114692AvtorPisniHutsulkaKseniapratsiuvav-u-teatri-v-Uzhhorodi> [in Ukrainian].
- Koma, S. (n.d.). *Zahadkova "Hutsulka Ksenia" [Mysterious "Hutsulka Ksenia"]*. *Volynska hazeta*. Retrieved November 15, 2020, from <http://volga.lutsk.ua/view/13144/2/> [in Ukrainian].

- Kubrysh, N. R. (2004). *Mifopoetyka skulptury O. Arkhypenka ta I. Kavaleridze [Mythopoeitics of sculpture by O. Arkhipenko and I. Kavaleridze]* [Abstract of PhD Dissertation, Pivdenoukrainskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet im. K. D. Ushynskoho] [in Ukrainian].
- Kuzmenko, I. V. (2014). *D. Burliuik v istorii ukrainskoho avanhardu (1907–1920 rr.) [D. Burliuik in the history of the Ukrainian avant-garde (1907–1920)]* [Doctoral Dissertation, Petro Mohyla Black Sea National University] [in Ukrainian].
- Polonskyi, V., & Shemeta, L. (2001, March 16–23). Khto zh avtor "Hutsulky Kseni"? [Who is the author of "Hutsulka Ksenia"?]. *ZN,UA*. https://zn.ua/ART/tak_kto_zhe_avtor_gutsulki_kseni.html [in Ukrainian].
- Pushyk, S. (1990, January 18). Khto napysav "Hutsulku Kseniu?" [Who wrote "Hutsulka Ksenia?"]. *Molod Ukrainy* [in Ukrainian].
- Pushyk, S. (1995, Juli 29). Talanty povertaiusia z nevidomosti [Talents return from the unknown]. *Halychyna* [in Ukrainian].
- Ruda, O. (2017, Juni 14). *Ukrainskyi Chykaho poproshchavsia z "Hutsulkoiu Kseneiu". Pravdyva istoriia avtorstva lehendamoi ukrainskoi pisni [Ukrainian Chicago said goodbye to "Hutsulka Ksenia". The true story of the authorship of the legendary Ukrainian song]*. <https://ukrainianpeople.us/ukrainskyi-chykaho-poproshchavsia-z-hutsu> [in Ukrainian].
- Salii, S. (2010). Khorovi obrobky v tvorchoosti Oleksandra Koshytsia [Choral addaptations in the work of Olexander Koshyetz]. *Molod i rynek*, 5(64), 57–60 [in Ukrainian].
- Zilberman, Yu. A. (2004). *Volodymyr Horovyts v kulturnomu seredovyshchi Kyievi kintsia XIX – pochatku XX stolittia [Volodymyr Horowitz in the cultural environment of Kyiv in the late 19th and early 20th centuries]* [Abstract of PhD Dissertation, National Music Academy of Ukraine named after PI Chaikovsky] [in Ukrainian].

■ UNKNOWN AUTHOR OF A WORLD-FAMOUS SONG: BIOGRAPHICAL RESEARCH AS CULTURAL STUDIES AGENDA

■ Lesia Turchak

■ *PhD in Arts Studies, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-0490-8732, e-mail: lessit@ukr.net,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

■ Abstract

The purpose of the article is to analyse the studies on the authorship of the song *Hutsulka Ksenia*. The research methodology applies theoretical method to cover the issue under the study; hypothetical method to base reasoning on the research studies concerning the authorship of the song; historical method to systematise information in chronological order; as well as comparative analysis and secondary data analysis from reports, journals

and other periodicals. Scientific novelty. We have conducted a comprehensive cultural background analysis of studies concerning the authorship of the song *Hutsulka Ksenia*, and got more accurate biographical data of Ya. Barnych, and R. Savytsky. Conclusions. The article determined that the song *Hutsulka Ksenia*, 1945, gained popularity and became so close to Ukrainians over time that it was considered folk one for a long time. At the same time, the question of its authorship arose, and in the 1960s, a commission was appointed (where R. Savytsky was a member), which declared R. Savytsky as the author. The article proved that in Soviet times, the biography of musicians and composers directly influenced not only further creative activity but also the authorship credit. So, the biography of R. Savytsky fully corresponded to the ideological attitudes of the then authorities, unlike the biography of Y. Barnych, who lived abroad, his operettas were banned, and the composer's authorship could negatively affect the ability to perform the song. It should be noted that even today there are disputes over the authorship of the song *Hutsulka Ksenia*, which are connected in particular with the existence of several similar melodies and modified lyrics. From our point of view, the authorship belongs to Ya. Barnych, which is proved both by the memoirs of his wife Ya. Rubchakovna-Barnych and the research of S. Pushyk, L. Filonenko, and V. Kobal. However, the search for the truth is complicated because of the absence of an interview, letter or any other document, and the question of authorship began to interest researchers after the death of Ya. Barnych only.

■ **Keywords:** Yaroslav Barnych; Roman Savytsky; author of song *Hutsulka Ksenia*; conductor; composer; musician; music; culture.

■ НЕИЗВЕСТНЫЙ АВТОР ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНОЙ ПЕСНИ: БИОГРАФИКА КАК ВЕКТОР КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

■ Турчак Леся Ивановна

■ *Кандидат искусствоведения, доцент,
ORCID: 0000-0002-0490-8732, e-mail: lessit@ukr.net,
Киевский национальный университет культуры и искусств,
Киев, Украина*

■ Аннотация

Цель статьи – проанализировать исследования, посвященные авторству песни «Гуцулка Ксеня». Методы исследования: теоретический – для раскрытия проблемных сторон изучаемого вопроса; гипотетический – позволяет, опираясь на научные исследования, строить предположения, касающиеся авторства песни; исторический – для систематизации информации в хронологической последовательности; а также сравнительный анализ и анализ вторичных данных, собранных из отчетов, журналов и других периодических изданий. Научная новизна. С позиции культурологии осуществлен комплексный анализ исследований, касающихся авторства песни «Гуцулка Ксеня», уточнены биографические данные Я. Барнича и Р. Савицкого. Выводы. Песня

«Гуцулка Ксеня», появившись в 1945 году, со временем приобрела такую популярность и стала настолько близкой украинцам, что долгое время ее считали народной. Тогда же встал вопрос об ее авторстве, и в 60-х годах XX века была создана комиссия (в ее состав входил и Р. Савицкий), которая признала автором Р. Савицкого. Доказано, что в советские времена биография музыкантов и композиторов непосредственно влияла не только на дальнейшую творческую деятельность, а и на установление авторства. Так, биография Р. Савицкого целиком соответствовала идеологическим установкам того времени, в отличие от биографии Я. Барнича, который проживал за границей, его оперетты были под запретом, и авторство композитора могло негативно повлиять на возможность исполнения песни. Отметим, что и сегодня продолжают споры вокруг авторства песни «Гуцулка Ксеня», связанные, в том числе с существованием нескольких подобных мелодий и измененных текстов. С нашей точки зрения, авторство принадлежит Я. Барничу, что доказывают не только воспоминания его жены, Я. Рубчакивны-Барнич, а и исследования С. Пушика, С. Филоненко, и В. Кобаля. Однако поиск истины усложняет отсутствие интервью, письма или другого документа, а вопрос авторства стал интересовать исследователей уже после смерти Я. Барнича.

■ **Ключевые слова:** Ярослав Барнич; Роман Савицкий; автор песни «Гуцулка Ксеня»; дирижер; композитор; музыкант; музыка; культура

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221050
UDC 780.6(477)(437.6)

FUNCTIONING AND PRESERVATION OF UKRAINIAN FOLK INSTRUMENTS ON THE TERRITORY OF SLOVAKIA

Olha Fabryka-Protska

*PhD in Art Studies, Associate Professor,
ORCID: 000-0001-5188-1491, e-mail: olgafp4@ukr.net,
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
57, Shevchenka St., Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76000*

For citation:

Fabryka-Protska, O. (2020). Functioning and Preservation of Ukrainian Folk Instruments on the Territory of Slovakia. *Issues in Cultural Studies*, (36), 90-98. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221050>.

Abstract

The purpose of the article is to summarize the functioning of Ukrainian folk musical instruments on the territory of the Slovak Republic and identify the areas of its today's existence for further research. A comprehensive approach is the main principle of solving the task. The research methodology consists in using theoretical, historical, culturological, art studies approaches, which allowed revealing the interaction of trends represented by multicultural phenomena, as well as the relations between the ethnic groups, regions and countries. The article is based on the methodological principles of the historical approach to the analysis of artistic phenomena. By self-improving and adapting to the new forms of living, the folk instrumental, vocal and dance culture of Ruthenian-Ukrainians of Eastern Slovakia is, to a great extent, a component of the artistic process in modern social life. The scientific novelty of the study consists in an attempt to comprehensively generalize the existence and functioning of Ukrainian folk musical instruments on the territory of Slovakia in the historical aspect. Conclusions. The nature of the distribution and use of Ukrainian folk musical instruments on the territory of the Slovak Republic is influenced by the existence of rituals among Ruthenian-Ukrainians; the development of the folklore movement; the introduction of folk instruments to academic, popular, rock and other music styles; stage culture (amateur and professional), etc. The factors that influence the existence of folk musical instruments are: academic, social (at the levels of distribution and existence); cultural, which reveals the level of spread of mass culture, the influence of popular and rock music; ethnic and national, which results from ethnic or national musical traditions.

Keywords: history; folk music instruments; Slovakia; performance; musical folklore

Introduction

Throughout the history of development, the folk musical instruments of any country in the culture of an ethnic group in regional, timbre diversity are a bright component

of history and a phenomenon of material and spiritual culture. Its design, structure, material, musical and expressive, technical and performing capabilities in a complex reflect the specific nature of musical thinking, historical traditions, the level of practical and scientific knowledge, worldview (Huliaieva, 2007). According to the Slovak multi-instrumentalist M. Smetanka (Smetanka, n. d.), musical instruments, which are a means of expressing harmony between the human soul and the outside world, are one of the greatest treasures of culture and traditions given to us by our ancestors. The musical instruments of the ancestors, in the first place, were not intended for entertainment. They were an important addition to the landscape, community life, communication and transfer of information, and part of the broader context of existence. Today, there is a connection between instrumentation and variety, choreographic, vocal, choral performances not only in Ukraine but also in Slovakia and Poland. Comparative research of the specific nature of preservation and functioning of Ukrainian folk musical instruments on the territory of the Slovak Republic is relevant today.

Folk musical instruments have been studied by many scientists for a long time. I. Matsiievskiyi, M. Khai, V. Dutchak, L. Pasichniak, N. Hanudelova, N. Huliaieva and others are among contemporary researchers. In particular, Bohdan Yaremko (1986; 1987) and Ihor Matsiievskiyi (2012) study the musical instruments of the Hutsuls. Mykhailo Khai has been carefully researching the musical and instrumental culture of Ukrainians for decades (2007; 2011a, 2011b). The comparative analysis of the folk instruments of Hutsuls, Boykos, Lemkos and Ruthenians and folk instrumental art on the border of Ukraine and European countries is covered by Violetta Dutchak's research (2018; 2019). Liliia Pasichniak (2002; 2003; 2007) examines the way of life and specific features of folk and instrumental art of Ukraine of the 20th century, as well as the development of academic instrumental ensemble performance. Nadiia Hanudelova has published a lot of research on the specific nature of wind instruments (2009a; 2009b; 2010; 2011; 2012).

Among foreign scholars are O. Elschek (Elschek, 1992) and I. Chyzhmar (1972; 1974; 2009). However, today there are few studies that cover the functioning and preservation of Ukrainian folk musical instruments on the territory of the Slovak Republic. The long-term belonging of Slovak lands, Transcarpathia and Galicia to the Habsburg Empire, Slavic common roots, the neighbouring location of Ukrainian and Slovak ethnic territories, the similarity of economy type and way of life, which contributed to intensive contacts between Ukrainians and Slovaks, stimulated the emergence of scientific research. The need to study the folk musical instruments of the Ruthenians of Eastern Slovakia is due to several factors: the Ukrainian population of Priashivshchyna lived in extremely difficult conditions of national and social oppression for many centuries, which contributed to a significant slowdown in its cultural and national development; geographical and economic conditions of Ukrainian-Ruthenians, prolonged isolation due to the location of the region led to the preservation of archaisms in folk culture, which creates favourable conditions for the study of Ukrainian-Ruthenians for ethnology, folk studies, cultural studies etc. Despite almost a thousand years of rejection of this population from the indigenous Ukrainian people, they managed to preserve the old Russian and all-Ukrainian character of their traditional culture, although, however, with some new original elements; despite the

fact that the culture of Ukrainian-Ruthenians is connected with the maternal culture of the Ukrainian people, today it is still intertwined with the cultural influences of Slovaks through the common territory. Slovaks and Ukrainians of Priashivshchyna, Carpathian Ruthenia and Halytska Lemkivshchyna felt almost no difference either in conversation or in songs. Priashivshchyna is considered a natural centre of the cultural, educational and religious life of Ukrainian-Ruthenians on the territory of modern Slovakia.

■ Purpose of the article

The purpose of the article is to provide comprehensive coverage of the functioning and preservation of Ukrainian folk music instruments in Slovakia. The research methodology consists in using theoretical, historical, culturological, art studies approaches, which allowed revealing the interaction of trends represented by multicultural phenomena, as well as the relations between ethnic groups, regions and countries today. The article is based on the methodological principles of the historical approach to the analysis of artistic phenomena. We hope that in the course of the research we managed to prove that by self-improving and adapting to new forms of living, the folk instrumental, vocal and dance culture of Ruthenian-Ukrainians of Eastern Slovakia is, to a large extent, a component of the artistic process in modern social life.

■ Main research material

The Ukrainian (Ruthenian) population that lives on the territory of North-Eastern Slovakia has been isolated from its maternal family for many centuries, which has led to its partial denationalisation and loss of some characteristic ethnographic features. But despite this, a certain specific feature of Ukrainian (Ruthenian) folk culture has been preserved, which has its own distinct ethnic features, because it was formed in difficult everyday and social conditions.

According to Ivan Chyzhmar, the clergy interpreted musical instruments as something devilish, sinful, because people dance and have fun with them. Iconographic monuments depict musical instruments in the hands of the devil, Satan in hell, which play for dancing. The villagers listened to the instructions of the clergy but did not stop thinking and creating melodies in everyday life and during hard work.

The most archaic layer of instrumental music in the Carpathian region is related to playing mouthpiece instruments such as a cone-shaped trumpet without neck holes "trumbeta, timbita", "fujara trombita, bacovska truba". The instrument consists of a conical tube with a bell and a mouthpiece. On the territory of Slovakia, there are the following types of trembitas: bark trombita and fujara trombita, which is a wooden pipe without neck holes, with a conical bell and mouthpiece, has two spruce or fir halves forming a solid pipe up to 5.5 meters long. Trembitas are glued together with oleoresin, and the outside is wrapped with cherry or birch bark and fastened with hoops made of wood or tin. A mouthpiece is inserted into the upper entrance hole to form a sound, and the extended lower part of the instrument is called a "roztrub". A characteristic feature of fujara trombita production is that during harvesting, the wood was sawn and used completely. Paying attention to the large size of Slovak

trembitas, they were fastened with hoops and bark and for example, Transcarpathian analogues – with bark or hoops (Huliaieva, 2007).

Another signal musical instrument that was used by shepherds for communication (communication with the population of the valley in the pasture) is the fujara trombita (bacovska truba). Its special feature is a way it is held in the hands of two people – one of them plays the trembita, and the other carries a bell on the shoulder, and if there was one trembitar, in this case, he had to put a bell on a spreading tree due to the length of the instrument (to 5,5 m). Functionally, such instrument is related to the large trembita, which exists in Transcarpathia, but is not used in the ritual sphere. From the acoustic point of view, the instrument has a wide range from 3 to 16 overtones of the natural scale, and the working range reaches from 3 to 11 overtones. The distribution area is almost all mountain regions of Slovakia from the Little Carpathians to the High Tatras (Huliaieva, 2007).

In the northern part of Slovakia, there were twisted pipes made of alder bark, ranging in length from 1.0–1.5 meters. The range is limited – from 3 to 6 overtones, the timbre is soft. The instrument also functioned as a signal tool of the pastoral tradition. Preserved archaic forms and types of folk instrumentalism distinguish the Slovak instrumental tradition from the Ukrainian (Transcarpathian) one.

The imitation of the trembita signal is more variable, alternates with jumps and gradual development in intonation. The function of the trembita was levelled and came into use by shepherds with the appearance of church bells (17th–18th centuries). The melodic line of Slovak trembita compositions is based on fanfare intonations, which are sometimes filled with gradual movement. Ethnoorganologists believe that the most archaic are the Slovak compositions, respectively, the Transcarpathian trembita playings are younger than the Slovak ones. According to N. Huliaieva (2007), the nature of Transcarpathian melodies, the free and improvisational style of performance, a certain variant discrepancy between individual stanzas of the form, as well as a rather significant scale of signals, can probably indicate the existence of program suites-poets in the repertoire of trembitars (pp. 230-235).

For decades, musician, ethnographer, photographer Ivan Chyzhmar has been collecting musical instruments, which are stored in the Museum of Ukrainian Culture in Svydnyk. The exhibition of the collection of instruments is divided into thematic areas: archival sources, children's musical toys, shepherds trumpets and horns, sopilkas – “pyshchky”, pipes, percussion instruments, mandolins, banduras, cymbals, bowed instruments, accordions and modern musical instruments. In particular, among the exhibits is a sopilka – a typical Ukrainian folk musical instrument, often made of maple or walnut wood. The sound of a sopilka is similar to the sound of a flute. It is used independently and in orchestras of folk instruments. It was often made as a double whistle; tambourines – musical instruments that make a sound with a strike of a stick or another object. In the Ruthenian region of Eastern Slovakia, there were small tambourines used to call the peasants together in order to report the news. Tambourines consist of a wooden or metal frame in the form of a circle. The frame was covered with leather on one side or on both sides. Tambourines amplified the rhythm in wind, symphony and jazz orchestras. Stringed plucked instruments in the museum's exposition include the balalaika, domra, and bandura. Cymbals are

a stringed percussion instrument that promotes the development of a harmonious imagination and richness of melodies. In the 18th and 19th centuries, the production of cymbals developed intensively. The ensemble music creation was common and over time solo music prevailed.

Researchers consider bowed instruments to be the most common musical instruments in Slovakia. Even today in the folk environment, ancient musical instruments, imitations of professional instruments can be found. Accordions and “heligonka” were popular instruments in everyday life, and are also used in solo music creation, especially in Eastern Slovakia. The Ruthenians and the Lemkos played dudás, pipes, violins and double basses.

Instrumental ensembles were supplemented by sopilka, clarinet, tambourine, saxophone, accordions, which gradually replaced the double basses. Playing these two instruments often led to the play out of tune, disharmonious sounds. The most common instrument in dance music was the violin (gusli). The capella, which included a violin, a sopilka and a tambourine, was called “gudatsy” – as the first name about a band that played at weddings and other amusements. There were also the following ensembles: violin, “pyschky”, double bass, mandolin, varieties of accordions. Due to lack of money, musicians made musical instruments by hand, and there were special craftsmen.

In the village of Brutovce, there is a Museum of folk musical instruments, founded by musician, multi-instrumentalist, music teacher, manufacturer of folk musical instruments, promoter and populariser of Slovak folk culture, collector and connoisseur of folk music Michal Smetanka, who has collected in his collection more than 500 musical instruments from all over the world, with the aim of sharing the richness of the collection, its stories. Initially, the collection of musical instruments was focused on collecting folk musical instruments of the Carpathian region, with an emphasis on aerophones. However, gradually the collection was replenished with chordophones, idiophones from outside the Carpathians. The exposition was gradually moved to the traditional wooden house in Brutovce in 2008-2010. In 2010, the Slovak National Museum added the Museum of folk musical instruments in Brutovce to the register of institutions that have the character of a museum presentation under registration number ZMP / 42/2010 (MuzikMuzeu, n. d.). The museum functions as a place of music education for children, as a place of research for ethnoorganologists, musicians and the public; preserves and popularises regional folk musical instruments, pointing out their features and uniqueness in the context of world musical instruments. An integral part of the interactive presentation is the opportunity to see regional differences, functioning, hear the sound, etc.

Conclusions

Thus, it should be stated that the folk music instruments that have existed and are still functioning in Eastern Slovakia are related to the specific nature of ethnic consciousness, way of life, rituals and type of activity of Ruthenian-Ukrainians and other ethnic and sub-ethnic groups. The characteristic features are: 1) the partial preservation of the local tradition, the functioning of such musical instruments as guitars, mandolins, harmonicas, heligonka, large and small tambourines, lyres, cymbals,

violins, cello, double bass, bells, spizhak, klepach, rapkach, drymba, bayan, accordion, various pipes, horns, trembitas – two or three meter long wooden pipes with a funnel-shaped resonator at the end, wrapped in cherry bark, sopilkas, flutes, fuja-ras, clarinets, bagpipes; 2) the development of the processes of slovakization of the Ukrainian population, mutual influences in both vocal and instrumental performance (in musical language, styles, various playing techniques, etc); 3) the repertoire of art groups is enriched, supplemented, updated; 4) Polish, Romanian, Gypsy, Ruthenian, Ukrainian, Czech, Hungarian songs sound along with Slovak songs and melodies.

References

- Chyzhmar, I. (1972). *Muzychni instrumenty [Musical Instruments]*. MUK [in Ukrainian].
- Chyzhmar, I. (1974). *Narodni kapely. Narodnyi kalendar na rik 1974 [Folk chapels. People's calendar for the year 1974]*. VUL [in Ukrainian].
- Chyzhmar, I. (2009). *Narodny spivanky, muzyka i tantsi rusyniv Vykhodnoi Slovakii [Folk Songs, Music and Dance of the Ruthenians of the Original Slovakia]*. Vydav etnohraf Ivan Chyzhmar [in Slovakian].
- Dutchak, V. (2018). Narodnyi muzychnyi instrumentarii hutsuliv, boikiv, lemktiv, rusyniv: komparatyvna kharakterystyka, dynamika rozvytku i suchasnoi reprezentatsii [Folk musical instruments of Hutsuls, Boyks, Lemkos, Ruthenians: comparative characteristics, dynamics of development and modern representation]. In M. Smigel, B. Halczak, R. Drozd, S. Dudra, & O. Kozakevych (Eds.), *Lemkovia, Bojkovia, Rusini – dejiny, suchasnost, materialna a duchovna kultura [Lemkovia, Bojkovia, Ruthenians – deeds, modernity, material and spiritual culture]*, VI Medzinarodne Karpatske Sympozium k 70. Ukrajincoz zo Slovenska to the USSR and the act of "Visla" in Poland in 1947 (T. 7, d. 2, s. 240–251). Belianum [in Ukrainian].
- Dutchak, V. (2019). Narodno-instrumentalne mystetstvo na pohranychchi Ukrainy ta krain Yevropy: tradytsiia, innovatsiia, vzaiemovplyvy [Folk and instrumental art on the border of Ukraine and European countries: tradition, innovation, mutual influences]. In R. Lipelt (Ed.), *Na Pograniczach. Z odleglej i bliskiej przeszlosci. Studia o stosunkach kulturowych [In the Borderlands. From the distant and near past. Studies on cultural relations]* (Vol. 12, pp. 113–126). Panstwowa Wyzsza Szkola Zawodowa im. Jana Grodka w Sanoku [in Ukrainian].
- Elschek, O. (1992). Systematika hudobných nástrojov [Systematics of musical instruments]. *Slovenská hudba*, 18(3), 396–440 [in Slovakian].
- Hanudelova, N. (2009a). Nazvy tradytsiinykh dukhovykh instrumentiv Zakarpattia na kartakh Zahalnokarpatskoho dialektolohichnoho atlasu. Etnomuzykoznavchyi aspekt [Names of traditional wind instruments of Transcarpathia on the maps of the All-Carpathian dialectological atlas. Ethnomusicological aspect]. In *Ukrajnistika v slovanskom kontexte na začiatku nového tisícročia [Ukrainian studies in the Slavic context at the beginning of the new millennium]* (s. 201–210). Filozoficka fakulta Prešovskej univerzity [in Ukrainian].
- Hanudelova, N. (2009b). Tradytsiini obertonovi fleity v systemi instrumentalnoi kultury Zakarpattia ta Slovachchyny. Porivnialnyi aspekt [Traditional overtone flutes in the system of instrumental culture of Transcarpathia and Slovakia. Comparative aspect]. In *Ukrainskyi narodnyi instrumentarii: istoriia, teoriia i metody doslidzhennia*

- [*Ukrainian folk instruments: history, theory and research methods*], Proceedings of the International Scientific and Practical Conference dedicated to the 40th anniversary of the collection of Ukrainian folk musical instruments at the Museum of Theater, Music and Cinematography of Ukraine (pp. 86–90). DAKKKIM [in Ukrainian].
- Hanudelova, N. (2010). Tradytiini muzychni instrumenty Zakarpattia u khrystyanskykh obriadakh ta viruvanniakh [Traditional musical instruments of Transcarpathia in Christian rites and beliefs]. *Naukovyi zbirnyk Muzeiu ukrainskoi kultury u Svydnyku*, 25, 237–240 [in Ukrainian].
- Hanudelova, N. (2011). *Tradytiini pastushi aerofony Zakarpattia (systemno-typolohichne doslidzhennia) [Traditional shepherds aerophones of Transcarpathia (system-typological research)]* [Abstract of PhD Dissertation, Institute for Art Studies, Folklore and Ethnology] [in Ukrainian].
- Hanudelova, N. (2012). Pryvatna kolektsiia hutsulskykh muzychnykh instrumentiv Mikhala Smetanky (selo Brutovtsi, Slovachchyna): vypadkovist chy zakonomirnist? [Private collection of Hutsul musical instruments by Michal Smetanka (Brutovtsi village, Slovakia): coincidence or regularity?]. *Materialy do ukrainskoi etnolohii*, 11, 165–167 [in Ukrainian].
- Huliaieva, N. (2007). Deiaki paraleli v instrumentalnii muzytsi Ukrainy i Slovachchyny [Some parallels in the instrumental music of Ukraine and Slovakia]. *Naukovyi zbirnyk muzeiu ukrainskoi kultury u Svydnyku*, 24, 230–236 [in Ukrainian].
- Khai, M. (2007). *Muzychno-instrumentalna kultura ukraintsiv (folklorna tradytiia) [Musical and instrumental culture of Ukrainians (folklore tradition)]* [Monograph]. Institute for Art Studies, Folklore and Ethnology [in Ukrainian].
- Khai, M. (2011a). *Muzychno-instrumentalna kultura ukraintsiv (folklorna tradytiia) [Musical and instrumental culture of Ukrainians (folklore tradition)]* [Monograph]. Kolo [in Ukrainian].
- Khai, M. (2011b). *Ukrainska instrumentalna muzyka usnoi tradytiia [Ukrainian instrumental music of oral tradition]* [Monograph]. Kolo [in Ukrainian].
- Matsiievskiy, I. (2012). *Muzychni instrumenty hutsuliv [Musical instruments of the Hutsuls]*. Nova knyha [in Ukrainian].
- MuzikMuzeu. (n. d.). *História múzea [History of the museum]*. <https://muzikmuzeum.sk/o-nas/> [in Slovakian].
- Pasichniak, L. (2002). Troista muzyka v narodno-instrumentalnomu mystetstvi Ukrainy XX stolittia [Triple music in folk instrumental art of Ukraine of the twentieth century]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriiia "Mystetstvoznavstvo"*, 4, 133–144 [in Ukrainian].
- Pasichniak, L. (2003). Udoskonalennia narodnoho instrumentarii yak peredumova aktyvizatsii akademichnoho instrumentalnoho ansamblevoho vykonavstva Ukrainy XX stolittia [Improvement of folk instruments as a prerequisite for activating the academic instrumental ensemble performance of Ukraine in the twentieth century]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu im. V. Hnatiuka. Seriiia "Mystetstvoznavstvo"*, 2(11), 82–91 [in Ukrainian].
- Pasichniak, L. (2007). *Akademichne narodno-instrumentalne ansambleve mystetstvo Ukrainy XX st.: istoryko-vykonavskiy aspekt [Academic folk-instrumental ensemble art of Ukraine of the 20th century: historical-performing aspect]* [PhD Dissertation, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University] [in Ukrainian].

- Smetanka, M. (n. d.). *O MuzikMuzeu [About the Music Museum]*. <https://muzikmuzeum.sk/onas/> [in Slovakian].
- Yaremko, B. (1986). Muzychni instrumenty Hutsulshchyny [Musical instruments of Hutsul region]. *Narodna tvorchist ta etnohrafia*, 5, 53–59 [in Ukrainian].
- Yaremko, B. (1987). *Hutsulshchyna [Hutsul region]* [Historical and ethnographic publication]. Naukova dumka [in Ukrainian].

■ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА ТЕРИТОРІЇ СЛОВАЧЧИНИ

■ Фабрика-Процька Ольга Романівна

■ *Кандидат мистецтвознавства, доцент,
ORCID: 0000-0001-5188-1491, e-mail: olgafp4@ukr.net,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Івано-Франківськ, Україна*

■ Анотація

Мета статті – узагальнити питання функціонування українського народного музичного інструментарію на території Словацької Республіки та виявити сфери побутування в наш час для подальших досліджень. Головним принципом є комплексний підхід до вирішення поставлених завдань. Методологія дослідження полягає у використанні теоретичного, історичного, культурологічного, мистецтвознавчого підходів, що дало змогу розкрити взаємодію тенденцій, репрезентованих явищами полікультурності, а також виявити взаємозв'язок між етносами, регіонами та країнами нині. Стаття ґрунтується на методологічних принципах історичного підходу до аналізу мистецьких явищ. Самовдосконалюючись та пристосовуючись до нових форм побутування, народна інструментальна, вокальна та танцювальна культура русинів-українців Східної Словаччини значною мірою у сучасному суспільному житті є складовою мистецького процесу. Наукова новизна дослідження полягає у спробі комплексного узагальнення побутування та функціонування українського народного музичного інструментарію на території Словаччини у історичному аспекті. Висновки. На характер розповсюдження та використання українського народного музичного інструментарію на території Словацької Республіки впливає побутування обрядодій у середовищі русинів-українців; розвиток фольклорного руху; залучення народного інструментарію до академічної, популярної, рокової та інших стилів музики; сценічна культура (аматорська і професійна) та ін. Серед чинників, що впливають на побутування народного музичного інструментарію, слід назвати: академічний; соціальний (на рівнях поширення і побутування); культурологічний, що розкриває рівень поширення масової культури, вплив естрадної популярної та рокової музики; етнічно-національний, який випливає з етнічних чи національних традицій музикування.

■ **Ключові слова:** історія; народний музичний інструментарій; Словаччина; виконавство; музичний фольклор

■ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И СОХРАНЕНИЕ УКРАИНСКИХ НАРОДНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА ТЕРРИТОРИИ СЛОВАКИИ

■ Фабрика-Процкая Ольга Романовна

■ *Кандидат искусствоведения, доцент,*

ORCID: 0000-0001-5188-1491, e-mail: olgafp4@ukr.net,

*Прикарпатский национальный университет имени Василя Стефаника,
Ивано-Франковск, Украина*

■ Аннотация

Цель статьи – обобщить вопросы функционирования украинского народного музыкального инструментария на территории Словацкой Республики и выявить сферы бытования в наше время для дальнейших исследований. Главным принципом является комплексный подход к решению поставленных задач. Методология исследования заключается в использовании теоретического, исторического, культурологического, искусствоведческого подходов, что позволило раскрыть взаимодействие тенденций, представленных явлениями поликультурности, а также выявить взаимосвязь между этносами, регионами и странами в наше время. Статья основывается на методологических принципах исторического подхода к анализу художественных явлений. Самосовершенствуясь и приспосабливаясь к новым формам бытования, народная инструментальная, вокальная и танцевальная культура русинов-украинцев Восточной Словакии в значительной степени в современной общественной жизни является составной художественного процесса. Научная новизна исследования заключается в попытке комплексного освещения народного музыкального инструментария, который бытует в Словакии в историческом аспекте. Выводы. На характер распространения и использования народного музыкального инструментария на территории Словацкой Республики влияет среда, в ее обрядовых и необрядовых вариантах; развитие фольклорного движения, сочетание или частичное привлечение академической, популярной, роковой и других стилей музыки; сценическая культура (любительская и профессиональная) и тому подобное. К факторам, которые влияют на бытование народного музыкального инструментария, исследователи относят: академический, что проявляется на уровнях жанров, стилей, форм академической музыки; социальный; культурологический (который раскрывает уровень распространения массовой культуры, влияние эстрадной популярной и рок-музыки); этнически-национальный, который вытекает из этнических национальных традиций музицирования.

■ **Ключевые слова:** история; народный музыкальный инструментарий; Словакия; исполнительство; музыкальный фольклор

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221051
УДК 338.48-6:7/8

ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО КЛАСИФІКАЦІЇ

Шевелюк Михайло Михайлович

Аспірант,

ORCID: 0000-0001-6178-6455, e-mail: sheweluck.mih@gmail.com,

Київський національний університет культури і мистецтва,

вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Шевелюк, М.М. (2020). Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*, (36), 99-109. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221051>.

Анотація

Мета статті – проаналізувати наявні визначення поняття «культурний туризм» та його класифікації. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні теоретичних методів гуманітарних досліджень. Наукова новизна полягає у культурологічному аналізі наявних визначень поняття «культурний туризм» та характеристики особливостей класифікації. Висновки. Звернено увагу на труднощі у визначенні поняття «культурний туризм», пов'язані з необхідністю початкового аналізу похідних понять: «культура» і «туризм». Попри поширене розуміння культури як сукупності матеріальних і духовних цінностей, накопичених суспільством на певному етапі його розвитку, а також діяльності з їх створення, освоєння, збереження і поширення, у контексті цього дослідження з усіх наявних визначень терміна «культура» запропоновано використовувати підхід, згідно з яким її можна розглядати як процес виробництва цінностей і як продукт, тобто самі цінності. Це дає обґрунтовані підстави розглядати туризм як форму освоєння культурних продуктів. Наголошено на відсутності єдиного загальноприйнятого визначення термінів «туризм» і «культурний туризм», а також класифікації останнього на офіційному рівні та в науковому середовищі. Підкреслено, що різноманітність тлумачень цих понять пов'язана з неможливістю уніфікувати формулювання багатогранного явища, при вивченні яких слід враховувати не лише різні контексти, що залежать від виконуваних туризмом / культурним туризмом функцій, а й специфіку дотичних до туризму галузей і сфер діяльності. Зроблено висновок, що у понятті культурного туризму необхідна вказівка на мотивацію туристів як невід'ємну частину культурного туризму. За критерієм цілей поїздки запропоновано виокремлювати види культурного туризму (історичний, релігійний, подієвий, екологічний, етнокультурний, розважальний). Підкреслено, що виокремлення інших критеріїв класифікації вимагає подальшого дослідження і детального обґрунтування, що дасть можливість відобразити широту і багатогранний характер поняття «культурний туризм», його суть і масштабність.

Ключові слова: туризм; культурний туризм; культура; туристська діяльність; турист

Вступ

Культурний туризм із середини ХХ ст. перебуває в центрі пильної уваги українських і закордонних дослідників, проте до цього часу є чимало труднощів не лише в чіткому його визначенні, а й у з'ясуванні його сутності, відмінних ознак і видів. Так, ряд спроб визначити поняття «культурний туризм» зводиться лише до споживання туристами «культурного продукту», що ставить цілий ряд питань, залишених без відповіді. Наприклад, що розуміти під «культурним продуктом», які види культури слід розглядати та ін. Пропоновані визначення часто є схожими і різняться лише незначними нюансами, які не завжди відображають зміст поняття.

У цій ситуації логічним видається підхід, при якому спочатку визначаються самі поняття «туризм» і «культура», а потім, шляхом їх зіставлення, формується безпосередньо поняття культурного туризму. Це дасть обґрунтовані підстави для визначення самого поняття і, що важливіше – з'ясування його функціональної специфіки, що необхідно для чіткого вирішення дослідницьких завдань із проблематики культурного туризму.

Питання сутності туризму, зокрема й культурного туризму перебуває у полі зору українських і закордонних дослідників не одне десятиліття. Одне з перших визначень туризму сформулювали ще у 1942 р. швейцарські економісти і дослідники туризму В. Хунцикер та К. Крапф у своїй праці «Нариси загальної теорії туризму», яка аж до середини 90-х років ХХ ст. слугувала основою при підготовці кадрів і здійсненні спеціальних досліджень. Саме їхнє визначення туризму було взято за основу профільними міжнародними організаціями, а результати їхніх туризмознавчих досліджень стали теоретичним підґрунтям для функціонування сфери туризму, оскільки давали найбільш повне уявлення про сутність туризму, його види та роль у розвитку країни.

З активним розвитком сфери туризму почали активно здійснюватися й дослідження цього явища культури. Так, у працях українських і закордонних дослідників вивчається світовий досвід організації туризму, види і принципи функціонування підприємств сфери туризму, розглядаються питання державної туристичної політики та ін. Зазначена проблематика висвітлюється у наукових розвідках таких вчених, як М. Бондаренко (2012), В. Герасименко (2013), М. Колосінська (2011), Д. Соловійов (2011) та ін. Вивченням туризму як економічного явища займаються М. Мальська, В. Худо, В. Цибух (2004) та ін. Безпосередньо культурному туризму присвячені праці О. Гнаткович й С. Назарової (2018), С. Дичковського (2019) та ін. Разом із тим, багато питань функціонування туризму, зокрема культурного, залишаються недостатньо висвітленими, що і зумовило вибір теми статті та її мету.

Мета статті

Відсутність єдиного визначення поняття «культурний туризм» зумовила проблеми зі створенням єдиної, загальноприйнятої класифікації туризму як культурного явища. Уніфікованої і загальноприйнятої класифікації видів культурного туризму, втім, як і багатьох інших видів туризму, дотепер немає. Однак дослідниками робляться такі спроби. Мета нашого дослідження – проаналізувати на-

явні визначення поняття «культурний туризм» та його класифікації. Методологія ґрунтується на застосуванні теоретичних методів гуманітарних досліджень. Наукова новизна полягає у культурологічному аналізі наявних визначень поняття «культурний туризм» та характеристиці особливостей класифікації.

■ Виклад матеріалу дослідження

Говорячи про культуру, під цим поняттям заведено розуміти сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених суспільством на певному етапі його розвитку, а також діяльність з їх створення, освоєння, збереження і поширення. У контексті цього дослідження з усіх наявних визначень терміна «культура» доцільно виокремити підхід, згідно з яким її можна розглядати ніби з двох сторін: як процес виробництва цінностей і як продукт, тобто самі цінності. Культура як продукт – це результат діяльності однієї людини або групи людей, що відображає рівень володіння ними тими нормами і технологіями діяльності, які приписує їм культура, а також уявлень про ті форми продукції, які дозволені їх культурою (Флиер, 1998, с. 337). Подібний погляд на культуру дає можливість ввести і поняття туризму як форми освоєння культурних продуктів. Проте, туризм тривалий час розглядався лише як переміщення і тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання. І лише в середині ХХ ст. із значним збільшенням туристичних потоків та їхнім очевидним впливом на соціокультурну сферу назріла необхідність ширшого його визначення. Однак, ані на офіційному рівні, ані в науковому середовищі єдиного загальноприйнятого визначення не запропоновано й досі.

Так, Всесвітня туристська організація (UNWTO, англ. United Nations World Tourism Organization (<https://www.unwto.org>)) зазначає, що за своєю суттю туризм – це досвід, що включає куштування на смак місцевої їжі, ознайомлення з місцевими пейзажами і пам'ятками історичного значення. Міжнародна академія туризму (Academie Internationale du Tourisme, AIT, Монако (<https://uia.org/s/or/en/1100038736>)) розглядає туризм як «загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з оздоровчою метою, для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або з професійно-діловою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування»; Міжнародна асоціація наукових експертів з туризму (AIEST) (International Association of Scientific Experts in Tourism (<https://www.aiest.org/home/>)) – як «сукупність відносин і явищ, що виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи»; ООН (<https://www.un.org/ru/>) – як «активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із пересуванням за межами постійного місця проживання». Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР визначає це поняття як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» (Верховна Рада України, 1995).

В науковому середовищі туризм або ототожнюють із туристичним туром, тобто з діяльністю туроператорів і турагентів (Кабушкин, 2002), або розглядають

його як «вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями» (Мальська та ін., 2004, с. 21). При цьому дослідники підкреслюють, що «туризму насамперед належить обов'язковість переміщення людини за межі місця свого постійного проживання» (Краснова & Антонова, 2014, с. 134).

Така різноманітність тлумачень туризму пов'язана з неможливістю уніфікувати формулювання багатогранного поняття, в яке слід включити не лише різні контексти, що залежать від виконуваних туризмом функцій, а й врахувати специфіку дотичних до туризму галузей і сфер діяльності: починаючи від рекламно-інформаційних послуг, транспорту, будівництва, сільського господарства, переробних галузей, і закінчуючи такими сферами діяльності, як освіта, охорона здоров'я, спорт і культура.

Стосовно поняття «культурний туризм», що складається з двох понять, які мають чимало визначень, також немає одностайності. ЮНЕСКО розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид туризму, що «враховує культури інших народів». Хартія з культурного туризму Міжнародної ради з питань пам'яток і визначних місць (англ. International Council of Monuments and Sites, ICOMOS) визначає культурний туризм як форму туризму, основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'яток та об'єктів». ICOMOS характеризує культурний туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний або освітній і часто елітарного характеру, присвячений представленню і роз'ясненню культурної ідеї» (International Council on Monuments and Sites, 1999).

Керівник групи з вивчення культурного туризму АТЛАС (ATLAS, англ. Association for Tourism and Leisure Education) Г. Річардс розуміє під культурним туризмом «споживання туристами мистецтва, художньої спадщини, фольклору та цілого ряду інших проявів культури» (Richards, 1996). Філософ і мистецтвознавець О. Генісаретський – масовий вид відновлювальної, дозвіллевої та розвиваючої активності населення діяльності, що має давнє коріння в історії паломництв і подорожей, в розвитку туристично-екскурсійного руху. Зобов'язаний своїм сучасним розмахом поширенню досягнень НТР на всю соціально-культурну сферу суспільства, підвищенню загальної соціальної мобільності урбанізованого населення, і виникненню в рамках сучасного способу життя нового класу потреб, названих культурно-історичними або культурно-екологічними (Генісаретський, 1987). В. Черненко і Т. Колпащикова (2012) визначають культурний туризм як комплексне явище, в якому поєднується «виїзд туриста з території свого регіону (країни) в інший регіон (країну) для ознайомлення з культурою та її розуміння, в результаті чого особистість формує культурну компетентність, самосвідомість і культурне самовизначення в світовому просторі». Крім того, одні сучасні дослідники вважають, що культурний туризм – це вид туризму, метою якого є ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями певної країни (Квартальнов, 2001). Інші визначають культурний туризм як процес ознайомлення з «чужою» культурою й осмислення цієї культури, в результаті чого відбувається розширення пізнавальних інтересів особистості щодо історико-культурних традицій,

звичаїв, проявів матеріальної культури інших народів, націй і національностей (Красная, 2006).

Серед українських дослідників туризм розглядається як мобільна форма споживання і рекреаційної діяльності, що ґрунтується на доланні простору, та пов'язана з територією, характером середовища (не лише природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності) (Любіцева, 2005, с. 13). В. Кифяк (2015) окреслює туризм як «вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання» (с. 69). На його думку, «туристичні підприємства та інші суб'єкти туристичної діяльності працюють на комерційних засадах, створюючи при цьому валову додану вартість шляхом виробництва, просування та реалізації туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб споживачів» (с. 69–70).

Отож, як і поняття «туризм», поняття «культурний туризм» має чимало визначень, що пов'язано з широтою і складністю цього явища. Разом із тим, аналіз наведених визначень дає підстави зробити висновок, що поняття «культурний туризм» може містити в собі ознаки й інших видів туризму, якщо акцент ставиться саме на його культурологічній стороні. Однак тут важливим аспектом є саме розставлення пріоритетів особи, яка подорожує, в зв'язку з чим необхідно приділяти особливу увагу мотивації туристів. Найбільш вдалим і влучним визначенням культурного туризму є думка С. Красної (2006), що дає підстави вважати кінцевим підсумком останнього сформованість культурної компетентності туристів.

Відсутність єдиного визначення поняття «культурний туризм» зумовила й проблеми зі створенням єдиної, загальноприйнятої класифікації туризму як культурного явища. Уніфікованої і загальноприйнятої класифікації видів культурного туризму, втім, як і багатьох інших видів туризму, на сьогодні немає. Проте дослідниками робляться такі спроби. Приміром, заслуговує на увагу класифікація, в якій загалом відображено особливості цього виду туризму завдяки його поділу на такі види: 1) культурно-історична спадщина: історичні території, пам'ятки архітектури, зони археологічних розкопок, музеї різної тематики, народні промисли, національні свята, обряди і традиції, фольклорні колективи; 2) актуальна культура: сучасне мистецтво, спосіб життя населення, національна кухня, костюми тощо (Красная, 2006).

Згідно з іншою класифікацією, види культурного туризму згруповано у такі чотири групи: історичні подорожі; географічні подорожі; культурологічні подорожі; екологічний туризм (Драгичевич-Шешич & Стойкович, 2012). У цій класифікації подорожі поділені залежно від цілей поїздки, однак такий поділ не відображає повною мірою особливостей розвитку культурного туризму на сучасному етапі. Крім того, одна і та сама подорож може бути віднесена одразу до кількох категорій, що ускладнює класифікацію.

О. Мошняга (2008) виокремлює такі види культурного туризму: 1) культурно-історичний (відвідування історичних місць і пам'яток, участь у тематичних лекціях); 2) культурно-подієвий (відвідування культурних заходів, свят, фестивалів); 3) культурно-релігійний (відвідування святинь, релігійних місць, ознайомлення

з релігією і звичаями певної країни); 4) культурно-археологічний (відвідування археологічних розкопок, участь в археологічних експедиціях); 5) культурно-етнографічний (відвідування з метою вивчення культури, побуту, мови і фольклору країн); 6) культурно-етнічний (ознайомлення із культурним надбанням свого народу); 7) культурно-антропологічний (відвідування з метою ознайомлення із сучасною культурою, місцевими жителями, їх традиціями і звичаями); 8) культурно-екологічний (інтерес до особливостей взаємодії природи і культури, участь в екологічних програмах). Поза сумнівами, ця класифікація є повною і деталізованою, проте ґрунтується вона на одному критерії – цілі відвідування, що не може відобразити все різноманіття культурного туризму.

Відповідно до іншої класифікації, види культурного туризму доцільно виокремити за критерієм діяльності культурного туриста: 1) відвідування архітектурних пам'яток, музеїв та інших визначних пам'яток; 2) відвідування культурних заходів і свят; 3) відвідування лекцій, семінарів, курсів іноземних мов з метою збагачення культурного досвіду; 4) участь у фольклорній діяльності (Лойко, 2007). Ця класифікація має цінність з точки зору виокремлення різноманітності діяльності туристів і представлення культурного туриста як активного учасника туристичного процесу. Водночас сумнівним видається чіткість поділу культурного туризму за такими критеріями, оскільки багато видів культурного туризму виходять взаємопов'язаними.

Згаданий вище Г. Річардс у своїх працях поділяє культурний туризм на такі сегменти: 1) освітній туризм; 2) релігійний туризм; 3) відвідування родичів і друзів; 4) гастрономічний туризм; 5) креативний туризм; 6) туризм з метою волонтерства; 7) лікувально-оздоровчий / SPA і wellness-туризм; 8) туризм з метою вивчення мови; 9) духовний і холістичний туризм (Richards, 1996).

Таким чином, як свідчить здійснений аналіз наукової літератури, до невирішених належать питання, що стосуються визначення поняття «культурний туризм» і його класифікації. Наявні ж класифікації характеризуються або недостатньою систематизацією об'єктів культурного туризму, або обмеженим вибором критеріїв для класифікування, або види культурного туризму є взаємопроникними, що ускладнює розуміння поділу культурного туризму на види. Виходячи з наведених класифікацій, до видів культурного туризму, виокремлених за критерієм цілей поїздки, слід віднести: історичний; релігійний, подієвий; екологічний; етнокультурний; розважальний. Виокремлення інших критеріїв класифікації вимагає подальшого дослідження і детального обґрунтування, що дасть можливість відобразити широту і багатогранний характер поняття «культурний туризм», його суть і масштабність. У самому ж понятті культурного туризму необхідна вказівка на мотивацію туристів як невід'ємну частину культурного туризму. У загальних рисах культурний туризм передбачає відвідування представником однієї культури території іншої, осягнення її духовних і матеріальних цінностей, у результаті чого турист виробляє своє «бачення» іншого і на цій основі розвиває, розширює коло своєї культурної ерудиції.

Висновки

Сьогодні туризм стає сполучною ланкою між народами, країнами і континентами, інструментом активного пізнання світу, спілкування і зміцнення дружби між

людьми, засобом виховання любові до рідної землі і здорового способу життя. Серед особливостей, що визначають мотивації туризму: відпочинок й оздоровлення; культура і гостинність; подорожі; інтерес до нових знань; дослідження культур та ін. Культурний туризм охоплює всі аспекти подорожі, за допомогою якої людина дізнається про життя, культуру, звичаї іншого народу. Туризм, таким чином, є важливим засобом створення культурних зв'язків і міжнародної співпраці.

Разом із тим, в останні роки в культурному туризмі відбуваються досить швидкі зміни і перетворення, пов'язані з новими його формами, які можуть більш активно розвиватися в майбутньому. До них відносять форми культурного споживання, обумовлені новими технологіями, а також зростання незалежності культурного туриста, яка дає можливість досліджувати нові напрямки, не лише віддалені та екзотичні, а й повторно відкривати вже відомі. Завдяки новим технологіям культурний туризм розвиватиметься по-новому: не як вузька туристична ніша, а стане загальним засобом споживання елементів повсякденного життя, нового досвіду, інтегрованого в місцеві соціальні, економічні та культурні системи. Це вносить свої корективи не лише в його сутність і призначення, а й розробку його теоретичних засад, зокрема класифікації його видів, що вимагає подальшого вдосконалення.

■ Список використаних джерел

- Бондаренко, М. П. (2012). Теретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис XXI*, 3–4, 19–22.
- Генисаретский, О., & Подунова, И. (1987). *Досуг и творчество в культурном туризме*. Государственная библиотека СССР им. Ленина.
- Герасименко, В. Г. (2013). *Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку*. [Монографія]. Астропринт.
- Гнаткович, О. Д., & Назарова, С. В. (2018). Сучасні тенденції розвитку культурного туризму. В *Наукова думка сучасності і майбутнього*, Матеріали 23 Всеукраїнської практично-пізнавальної конференції (с. 24–26). Дніпро, 25–31 жовтня 2018 р. Наукове мислення.
- Дичковський, С. (2019). Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 89–95.
- Драгичевич-Шешич, М., & Стойкович, Б. (2012). *Культура: менеджмент, анимация, маркетинг*. Тигра.
- Верховна Рада України. (1995). *Про туризм*. Закон України від 15.09.1995 р., № 324/95-ВР. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
- Кабушкин, Н. И. (2002). *Менеджмент туризма*. Новое знание.
- Квартальнов, В. А. (2001). *Туристика*. Советский спорт.
- Кифяк, В. Ф. (2015). Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*, 2(58), 67–81.
- Колосінська, М. І. (2011). Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії "туризм". *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*, 2. http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2011_2_22.pdf.

- Красная, С. А. (2006). *Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития* [Автореферат диссертации кандидата культурологии, Московский государственный университет культуры и искусств].
- Краснова, Ю. А., & Антонова, А. В. (2014). Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*, 197(3), 132–140.
- Лойко, О. Т. (2007). *Туризм и гостиничное хозяйство*. Издательство Томского политехнического университета.
- Любичева, О. О. (2005). *Ринок туристичних послуг*. Альтерпрес.
- Мальська, М. П., Худо, В. В., & Цибух, В. І. (2004). *Основи туристичного бізнесу*. Центр навчальної літератури.
- Мошняга, Е. В. (2008). Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме. *Вестник Московского государственного университета. Серия 18: Социология и политология*, 4, 5–19.
- Соловйов, Д. І. (2011). Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*, 4(16), 82–88.
- Флиер, А. Я. (1998). Культура. В *Культурология XX век* (с. 337). Университетская книга.
- Черненко, В. А., & Колпашчикова, Т. Ю. (2012). *Развитие культурно-познавательного туризма в Северо-Западном федеральном округе Российской Федерации*. Издательство СПбГУСЭ.
- International Council on Monuments and Sites. (1999). *International Cultural Tourism Charter*. file:///C:/Users/STESHE~1/AppData/Local/Temp/ICOMOS%20International%20Cultural%20Tourism%20Charter%201999.pdf.
- Richards, G. (Ed.). (1996). *Cultural Tourism in Europe*. ATLAS. <http://www.tram-research.com/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF>.

References

- Bondarenko, M. P. (2012). Teretychni zasady rozvytku industrii turyzmu [Theoretical foundations of the tourism industry]. *Economic Journal XXI*, 3–4, 19–22 [in Ukrainian].
- Chernenko, V. A., & Kolpashchikova, T. Yu. (2012). *Razvitie kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Severo-Zapadnom federal'nom okruge Rossiiskoi Federatsii [Development of cultural and educational tourism in the North-West Federal District of the Russian Federation]*. Izdatel'stvo SPbGUSE [in Russian].
- Dragicevic-Sestic, M., & Stojkovic, B. (2012). *Kul'tura: menedzhment, animatsiya, marketing [Culture: management, animation, marketing]*. Tigra [in Russian].
- Dychkovskiy, S. (2019). Kulturnyi turyzm yak sfera realizatsii dozvillievkykh tekhnolohii ta virtualnogo dosvidu [Cultural tourism as a sphere of realization of leisure technologies and virtual experience]. *Bulletin of the National Academy of Management of Culture and Arts*, 3, 89–95 [in Ukrainian].
- Flier, A. Ya. (1998). Kul'tura [Culture]. In *Kul'turologiya XX vek [Cultural studies of the 20th century]* (p. 337). Universitetskaya kniga [in Russian].
- Genisaretskii, O., & Podunova, I. (1987). *Dosug i tvorchestvo v kul'turnom turizme [Leisure and creativity in cultural tourism]*. Gosudarstvennaya biblioteka SSSR im. Lenina [in Russian].

- Gerasimenko, V. G. (2013). *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku [Markets of tourist services: the state and trends of development]* [Monograph]. Astroprint [in Ukrainian].
- Hnatkovych, O. D., & Nazarova, S. V. (2018). Suchasni tendentsii rozvytku kulturnoho turyzmu [Modern tendencies of development of cultural tourism]. In *Naukova dumka suchasnosti i maibutnoho [Scientific thought of the present and the future]*, Proceedings of the 23rd All-Ukrainian Practical and Cognitive Conference (pp. 24–26). Dnipro, October 25–31, 2018. Naukove myslennia [in Ukrainian].
- International Council on Monuments and Sites. (1999). *International Cultural Tourism Charter*. file:///C:/Users/STESHE~1/AppData/Local/Temp/ICOMOS%20International%20Cultural%20Tourism%20Charter%201999.pdf [in English].
- Kabushkin, N. I. (2002). *Menedzhment turizma [Tourism Management]*. Novoe Znanie [in Russian].
- Kolosinska, M. I. (2011). Doslidzhennia teoretychnykh pidkhodiv do vyznachennia katehorii "turyzm" [Research of theoretical approaches to determining the category of "tourism"]. *Economics. Management. Innovations. Series: Economic Sciences*, 2. http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2011_2_22.pdf [in Ukrainian].
- Krasnaya, S. A. (2006). *Kul'turnyi turizm: prosvetitel'skaya sushchnost' i faktory razvitiya [Cultural tourism: educational essence and development factors]* [Abstract of PhD Thesis, Moskovskii gosudarstvennyi universitet kul'tury i iskusstv] [in Russian].
- Krasnova, Yu. A., & Antonova, A. V. (2014). Poniattia ta yurydychni oznaky turyzmu v Ukraini [Understanding and legal signs of tourism in Ukraine]. *Science Bulletin of the National University of Bioresources and Natural History of Ukraine*, 197(3), 132–140 [in Ukrainian].
- Kvartal'nov, V. A. (2001). *Turistika [Tourism]*. Sovetskii sport [in Russian].
- Kyfiak, V. F. (2015). Rozvytok turyzmu yak odyn zi stsenariiv pokrashchennia sotsialno-ekonomichnoho stanu Chernivetskoï oblasti [Development of tourism as one of the scenarios for improving the socio-economic condition of Chernivtsi region]. *Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute KNTEU*, 2(58), 67–81 [in Ukrainian].
- Liubitseva, O. O. (2005). *Rynok turystychnykh posluh [Rinoks of tourist services]*. Alterpres [in Ukrainian].
- Loiko, O. T. (2007). *Turizm i gostinichnoe khozyaistvo [Tourism and hotel industry]*. Izdatel'stvo Tomskogo politekhnicheskogo universiteta [in Russian].
- Malska, M. P., Khudo, V. V., & Tsybukh, V. I. (2004). *Osnovy turystychnoho biznesu [The basics of tourist business]*. Tsentri navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Moshnyaga, E. V. (2008). Kontseptual'noe prostranstvo mezhkul'turnoi kommunikatsii v turizme [Conceptual space of intercultural communication in tourism]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i politologiya*, 4, 5–19 [in Russian].
- Richards, G. (Ed.). (1996). *Cultural Tourism in Europe*. ATLAS. <http://www.tram-research.com/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF> [in English].
- Soloviov, D. I. (2011). Vdoskonalennia poniatiinoho aparatu teoretychnoho zabezpechennia funktsionuvannia turystychnoi sfery [In full understanding of the theoretical safety of the apparatus of the tourist sphere]. *Bulletin of the Berdyansk University for Management and Business*, 4(16), 82–88 [in Ukrainian].

Verkhovna Rada of Ukraine. (1995). *Pro turyzm [On Tourism]*. Law of Ukraine of 15.09.1995, № 324 / 95-VR. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].

THE CONCEPT OF CULTURAL TOURISM AND ITS CLASSIFICATION

Mykhailo Sheveliuk

PhD student,

ORCID: 0000-0001-6178-6455, e-mail: sheweluck.mih@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to analyse the existing definitions of the concept of “cultural tourism” and its classification. The research methodology is based on the application of theoretical methods of humanitarian research. The scientific novelty of the study is generally related to the cultural analysis of the existing definitions of “cultural tourism” and its classifications. Conclusions. Attention is drawn to the difficulties in defining the concept of “cultural tourism”, associated with the need for an initial analysis of derivative concepts: “culture” and “tourism”. Despite the widespread understanding of culture as a set of material and spiritual values accumulated by society at a certain stage of its development, as well as activities for their creation, development, preservation and dissemination, in the context of this study of all available definitions of “culture” with which it can be considered as a process of production of values. This gives reasonable grounds to consider tourism as a form of development of cultural products. It emphasises that there is no single common definition of the terms “tourism” and “cultural tourism”, as well as the classification of the latter at the official level and in the scientific community. It is emphasized that the diversity of interpretations of these concepts is due to the inability to unify the formulation of a multifaceted phenomenon, the study of which should take into account not only different contexts depending on the functions performed by tourism / cultural tourism, but also take into account specific industries and areas. It is concluded that the concept of cultural tourism requires an indication of the motivation of tourists as an integral part of cultural tourism. According to the criteria of the goals of the trip, it is proposed to distinguish the types of cultural tourism (historical; religious; event; ecological; ethnocultural; entertainment). It is emphasized that the selection of other classification criteria requires further study and detailed justification, which will reflect the breadth and multifaceted nature of the concept of “cultural tourism”, its essence and scale.

Keywords: tourism; cultural tourism; culture; tourist activity; tourist

ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА И ЕГО КЛАССИФИКАЦИИ

Шевелюк Михаил Михайлович

Аспирант,

ORCID: 0000-0001-6178-6455, e-mail: sheweluck.mih@gmail.com,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

Аннотация

Цель статьи – проанализировать существующие определения понятия «культурный туризм» и его классификации. Методология исследования основана на применении теоретических методов гуманитарных исследований. Научная новизна заключается в культурологическом анализе имеющихся определений понятия «культурный туризм» и характеристике особенностей классификации. Выводы. Обращено внимание на трудности в определении понятия «культурный туризм», связанные с необходимостью начального анализа производных понятий: «культура» и «туризм». Несмотря на распространенное понимание культуры как совокупности материальных и духовных ценностей, накопленных обществом на определенном этапе его развития, а также деятельности по их созданию, освоению, хранению и распространению, в контексте данного исследования из всех имеющихся определений термина «культура» предложено использовать подход, согласно с которым ее можно рассматривать как процесс производства ценностей и как продукт, то есть сами ценности. Это дает обоснованные основания рассматривать туризм как форму освоения культурных продуктов. Отмечено отсутствие единого общепринятого определения терминов «туризм» и «культурный туризм», а также классификации последнего на официальном уровне и в научной среде. Подчеркнуто, что разнообразие толкований этих понятий связано с невозможностью унифицировать формулировки многогранного явления, при изучении которого следует учитывать не только различные контексты, зависящие от выполняемых туризмом / культурным туризмом функций, но и учесть специфику касающихся туризма отраслей и сфер деятельности. Сделан вывод, что в понятии культурного туризма необходимо указание на мотивацию туристов как неотъемлемую часть культурного туризма. По критерию целей поездки предложено выделять виды культурного туризма (исторический; религиозный, событийный, экологический; этнокультурный; развлекательный). Подчеркнуто, что выделение других критериев классификации требует дальнейшего исследования и детального обоснования, что позволит отразить широту и многогранный характер понятия «культурный туризм», его суть и масштабность.

Ключевые слова: туризм; культурный туризм; культура; туристская деятельность; турист

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221054
УДК 338.48:130.2

ІНТЕГРАЦІЯ ТУРИЗМУ В ПРОЦЕСИ КУЛЬТУРИ

Дичковський Степан Іванович

Кандидат педагогічних наук, доцент,
ORCID: 0000-0003-4771-4521, e-mail: 227@ukr.net,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв,
вул. Лаврська, 9, корп. 15, Київ, Україна, 01015

Для цитування:

Дичковський, С.І. (2020). Інтеграція туризму в процеси культури. *Питання культурології*, (36), 110-119. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221054>.

Анотація

Мета статті – дослідити інтеграцію туризму в процеси трансформації сучасного суспільства і культури. Методологія дослідження передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів. Наукова новизна роботи полягає в обґрунтуванні доцільності та необхідності аналізу феномена туризму на соціально-філософському та філософсько-культурологічному рівні. Висновки. Туризм постає як інноваційний феномен глобального суспільства та має вирішальне значення в творенні сучасної цивілізації, оскільки впливає на формування культурної, економічної, соціальної, інформаційної, наукової, просторових моделей організації людської діяльності. Можна стверджувати, що туризм інтегрує найважливіші процеси трансформації сучасного суспільства й культури. Таким чином, туристичну діяльність можна розглядати як культурологічну. А отже, управління цією сферою вимагає не тільки знань економічних законів, а і їхнього культурологічного осмислення. Водночас сучасні дослідження ще не визначили сутнісні ознаки туризму як інституту, що знаходиться на перетині культури та економіки. Туризм як глобальний культурний феномен відображає процеси створення, трансляції і відтворення поведінкових стратегій, що реалізуються туристами в кожній історичній епісі. Множинність культурних смислів в практиках сучасного туризму пов'язана зі збільшенням інтенсивності просторової мобільності в умовах наростання темпів глобальних цивілізаційних процесів, «стиснення» географічного простору завдяки зростанню швидкості подорожей, прискорення віртуалізації всіх сфер суспільного життя під впливом цифрових технологій; з інноваційними змінами у способі та стилі життя, що прискорюють трансформації соціокультурних стереотипів, типів споживання і моделей комунікації. Для сучасного туриста актуальним стає задоволення індивідуальних потреб в освоєнні культурних цінностей під час подорожі, пошук нового досвіду бачення світу, розвиток творчих здібностей, що обумовлює появу чисельних туристичних практик, орієнтованих на інтерактивну поведінку.

Ключові слова: інформаційне суспільство; культурний туризм; культурологічне мислення; глобалізаційні процеси; культурологічні методи

Вступ

Туризму сьогодні притаманний лише певний смисловий образ буття, в результаті якого цей соціальний феномен набуває складної структури й потребує осмислення в філософсько-культурологічному дискурсі як об'єкта наукового дослідження. Водночас сучасні дослідження ще не визначили сутнісні ознаки туризму як інституту, що знаходиться на перетині культури та економіки. Це і зумовлює подальше продовження наукових розробок.

Туризм – багатогранне явище в сукупності суспільних відносин, якому притаманні організаційна цілісність, комплекс усталених норм і принципів, здатність до швидкої регенерації та самооновлення. Актуальність цих атрибутивних ознак туризму особливо зростає у період розвитку інноваційної економіки, що на тлі глобальної інформатизації потребує збереження національної ідентичності і, одночасно, сприйняття досягнень світової науки і культури. Під час туристських подорожей великі контингенти людей переміщуються в інший соціокультурний простір та зазнають культурних трансформацій, що дозволяє розглядати туризм як комплексну форму суспільної активності, яка сприяє прискоренню культурного розвитку особистості й взаємовпливу культур націй, народів та етносів, їх політичній та економічній взаємодії (Рахуба, 2010). Однак інтенсивна культурна комунікація, в певних точках соціального простору (навколо туристичних об'єктів), досить часто при масових туристських потоках і впровадженні психології нівелювання загальнолюдських і національних цінностей, призводять до негативних наслідків. Тому сучасні наукові дослідження туристичної діяльності мають враховувати подвійну природу туризму і вплив споживчого ставлення на національні культури та історичну спадщину, щоб розробити механізми саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти й дозвілля, посилюючи, таким чином, культурологічну функцію туризму.

Мета статті

Мета статті полягає у дослідженні та аналізі інтеграції туризму в процеси трансформації сучасного суспільства і культури. Методологія дослідження передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів.

Виклад матеріалу дослідження

В сучасних соціокультурних практиках туризм своїми культурними засобами та соціальними орієнтаціями є одним із вагомих чинників узгодження суспільних та індивідуальних інтересів, запровадження коеволюційного типу взаємин суспільства та природи, мінімізації суспільного зла, впровадження антикризової стратегії сталого розвитку, забезпечення миру (Соляник, 2010). Сьогодні потреба в туризмі стала базовою потребою людини і однією з головних особливостей ментальності особистості. Саме завдяки туризму ми можемо як протиставити, так і порівняти себе з багатьма іншими спільнотами, соціумами, народностями, національностями і, таким чином, глибше усвідомити свою ідентичність, яка є стрижнем особистості (Соболь, 2012). Туризм є одним з інститутів (рушійною силою) становлення соціальної ідентичності, що сприяє засвоєнню людиною

різних цінностей соціального досвіду, а також розвитку її активності в сучасному високоінформаційному суспільстві.

Туризм аналогічній грі, яка є важливою характеристикою суті людського буття. Через те, що гра має естетичну природу, то й визнається як насолода, пов'язана з вільним виявленням сутнісних сил (Воронкова, 2010). Розвиток сучасного туризму супроводжується процесами, у яких людина відкриває можливості подолання своєї одномірності, розірваності, елементарності, «лінійності» взаємодії з предметами культури.

Наростає роль рекреаційно-споживчої та дозвілєво-культурної діяльності людей призводить до кардинальних змін у тенденціях розвитку сучасного туризму як соціально-економічного та культурно-комунікативного інституту, що стає чинником мультикультурної грамотності (Мініч, 2002). Людина прагне отримати максимум соціального потенціалу від короткого проміжку часу, тому він повинен бути досить яскравим в буквальному і переносному сенсі. Використання соціокультурних можливостей туристичного бізнесу (рекреація, зміна ролей, підтвердження статусу, карнавалізація тощо) різними групами населення загалом визначається соціально-демографічними та культурними чинниками (Антоненко, 2002).

У культурологічному аспекті туризм, будучи індикатором рівня життя населення, сприяє збереженню культурної спадщини та історичних цінностей, формуванню взаємного інтересу людей різних національностей; веде до зростання толерантності та поваги між ними, стабілізації міжнетнічних і міжнародних відносин. Культуру як спадщину і спосіб буття В. Любарець (2017) називає джерелом туристичної активності та акцентує увагу, що і туризм перетворюється в механізм соціальної динаміки культури та відіграє важливу роль у відтворенні культури, що вимагає не лише діяльної участі людей в цьому процесі, а й відновлених ресурсів, інститутів, організації, управління. Таким чином, між культурою і туризмом є діалектичне відношення: зберігати і розвивати культурні цінності для розвитку туризму; розвивати туризм з метою ефективного збереження і розвитку культурних цінностей.

За визначенням вченої, культурологія туризму як система являє собою ряд систем культурної діяльності, які формуються туристами в подорожах, що дозволяє досліджувати, розвиватися, пізнавати. Це особливо актуально в умовах збільшення вільного часу населення та урізноманітнення мотивації відпочинку, оскільки відбувається істотна переоцінка значення дозвілля як соціокультурної категорії в житті суспільства й визнання провідної ролі культури в моделюванні суспільно значущих змістів, особливо під час відвідання музеїв, екскурсій до пам'яток культурної спадщини – всього того, що вкладається в поняття «культурні ресурси та культурний туризм».

Водночас культурологічна складова допомагає не тільки глибше осягнути суспільно-культурні явища, впорядковувати історичний досвід, але й вибудувати більш-менш чітке бачення майбутнього, окреслювати магістральні шляхи розвитку людства (Будько & Бортников, 2009). Культурологія туризму під кутом зору культури вивчає систему знань про туризм, що дозволяє додатково досліджувати його зміст як об'єкта культури.

Наявність багатого історико-культурного і природно-рекреаційного потенціалу дала змогу багатьом країнам, окремі з яких навіть не належать до високорозвинених, завоювати серйозні позиції на світовому туристичному ринку (Шиманська, 2011). До ресурсів, які використовуються під час формування програм турів, включають: історичне й сучасне культурне середовище (матеріальні об'єкти культурної спадщини, культурний ландшафт, традиції, стиль і спосіб життя); культурні події (заходи, видовища, акції); образ території й міфологія місця, що історично сформувався або перебуває у стані формування; інформаційні ресурси; освітні ресурси; ресурс вільного часу; творчий потенціал; інфраструктуру (транспорт, розміщення, харчування) (Змеул, 2004).

Окремі види спеціалізованого туризму стають потужним чинником гуманізації культури, підвищуючи загальнокультурний рівень подорожуючих, зміцнюючи фізичне та духовне здоров'я, тому особливе місце у культурології туризму посідають такі напрями, як екологізація, гуманізація та інформатизація. Туризм актуалізує не лише традиції та норми в культурі, – важко переоцінити внесок туризму в розвиток нових практик і технологій. Одним з найважливіших напрямків стратегічного розвитку туризму є його культурно-пізнавальний вектор (Соколова, 2007). Стратегії розвитку туризму розробляються як в державних концепціях, так і концепціях з розвитку окремих регіонів, міст, а також видів і напрямків туризму.

Суперечливі тенденції, характерні для сучасного суспільства та соціальна інтеграція людей спричиняють рухливість і розвиток туризму як системи. У XXI ст. процес диверсифікації туризму поглиблюється, з'являються нові ринкові сегменти і ніші, відбувається подальша персоніфікація запитів рекреантів – туризм вступає в епоху індивідуальності. Психографічні дослідження, які вивчають спосіб життя людей, їх поведінкові патерни і переваги свідчать, що особливо сильний вплив надають: схильність до змін, готовність до пригод і ризику, вимога до комфорту в подорожі і інтелектуальний рівень туристських запитів. Накопичивши туристський досвід, турист шукає свіжих вражень і задоволень. Потенційний турист схильний до впливу моди, легко змінює свої симпатії, уподобання, інтереси, мотиви поведінки на ринку. У сучасній індустрії дозвілля і туризму критично важливо вміти створювати і просувати такі нові туристичні продукти, які дають людині можливість «постфактум», використовувати отримані враження (Вац, 2018). Ефект «постфактум» в туризмі задовольняє потребу успішно демонструвати себе в суспільстві (в тім числі в соцмережах), переказувати, обговорювати і рекомендувати свої враження, а отже – підвищити свій статус у реальному спілкуванні та в віртуальному середовищі.

Одним з чинників, що перетворюють туризм в культурне та антропологічне явище глобального порядку є утвердження номадичного стилю життя і мислення, які відображають зростання потреби суб'єкта у вільному пізнавальному, соціокультурному переміщенні з метою відпочинку, самореалізації і відновленні духовних і фізичних сил. Прояв глибинних життєвих потреб номада в переміщенні у просторі стає сутнісною характеристикою сучасної людини та втілює культурний поліцентризм у всіх його проявах (Блюменкранц, 2007). Під нома-

дизмом розуміється інтелектуальне, екзистенціальне, сутнісне кочівництво людини як суб'єкта. Туризм в загальнотеоретичному плані – це свого роду соціальний номадизм, соціальне кочівництво.

Номадизм як відображення плінності, нестійкості суспільства і культури постмодерну формує комплекс теоретичних установок і практик, які З. Бауман описав з допомогою метафори волоцюги і туриста. Так, «турист платить за свою свободу, право не звертати увагу на місцеві турботи і почуття, право створювати власну мережу значень ... Світ належить туристу, ... він повинен прожити в ньому із задоволенням і, таким чином, наділити його сенсом» (Bauman, 1993, p. 241). Модне поняття «кочівники», що застосовується до всіх, хто живе в пост-сучасну епоху, багато в чому є помилковим, оскільки затушовує глибокі відмінності між цими двома різновидами досвіду: одні їздять по світу, інші дивляться, як світ пропливає повз (Усовская, 2017).

Актуальність номадизму полягає в прагненні пояснити найважливіші проблеми сучасності, причому це стосується не тільки фізичного переміщення суб'єктів-людей, але й належить до образів, концептів, товарів, зачіпає різні сфери і типи сучасної цивілізації. У своєму творі «Тисячоліття: переможці та невдахи у майбутньому світовому порядку» філософ і економіст Жак Атталі (Attali, 1991) розглядає сучасний номадизм як спосіб життя людини третього тисячоліття та стверджує, що нові (в тому числі інформаційні) технології та глобальні ринки включають в звичну людську практику такі об'єкти, які роблять будь-яку вкоріненість людини просто безглуздою. Раніше туристів можна було легко впізнати за мапами та путівниками в руках. Сьогодні мандрівників видає звичка постійно користуватися смартфоном або ноутбуком – всю необхідну інформацію сучасний мандрівник видобуває в мережі Інтернет. Ж. Атталі висловлює думку, що майбутні кочівники – це не просто мандрівники, які не мають певного місця дислокації, але це люди, які не мають зв'язків з такими інститутами, як держава, нація і сім'я.

Висновки

Можна стверджувати, що туризм інтегрує найважливіші процеси трансформації сучасного суспільства й культури. Таким чином, туристичну діяльність можна розглядати як культурологічну. А отже, управління цією сферою вимагає не тільки знань економічних законів, а і їхнього культурологічного осмислення. Як свідчить огляд літератури, до феномена туризму як якісної характеристики сучасної цивілізації, що входить у глобалізаційну стадію, практично не застосовувалися культурологічні методи.

В цьому контексті туристичні подорожі виховують культурну толерантність, поглиблюють взаєморозуміння між представниками різних культур, сприяють формуванню соціально-культурної ідентичності. Туризм можна розглядати як діалогічну за своєю природою форму зустрічі культур, яка, з одного боку, сприяє поглибленню культурної самосвідомості і формуванню культурної ідентичності мандрівника, а з іншого – призводить до взаємозбагачення культурних систем шляхом взаємообміну культурним досвідом. Специфіка культурологічного аналізу комунікативного потенціалу туризму полягає в тому, що туризм розгляда-

ється як форма комунікації, при цьому комунікативний процес розуміється не тільки як спосіб спілкування людини з людиною, а і як форма спільного буття людей. Комунікація, будучи основою туристської діяльності, виступає одночасно способом створення і виявлення власної соціокультурної ідентичності, простором формування цінностей і норм толерантності, цивілізованого співробітництва, механізмом взаємозбагачення культур.

На певному етапі виникла необхідність розгляду туризму в рамках гуманітарного знання, зокрема з позицій культурологічного підходу, що дозволяє надати своєчасну і загальну оцінку процесу розширення туристської діяльності – впливів на соціальну та культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність та міжнародні відносини. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм з переважно економічного явища перетворюється на соціальний і культурний феномен. Наукові дослідження туризму в цьому напрямі потребують окремого дослідження.

Безумовно, аналіз всіх проблем розвитку туризму вимагає спільних проєктів і зусиль з боку економістів, соціологів, філософів, істориків, культурологів, психологів, антропологів, медиків, лінгвістів, політологів і правознавців. Зазвичай такі інтегральні дослідження вкрай рідкісні й головним чином практикуються гуманітаріями – істориками і антропологами (етнологами), з використанням даних соціології, психології, культурології та ін., що веде туризм на периферію гуманітарних інтересів.

■ Список використаних джерел

- Антоненко, В. Г. (2002). Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур. В *Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості*, Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 10–11 жовтня 2001 р. (с. 47–54). Київський університет туризму, економіки і права.
- Блюменкранц, М. В. (2007). В поисках имени и лица. Феноменология современного ландшафта. *Вопросы философии*, 1, 47–60.
- Будько, М. В., & Бортников, Є. Г. (2009). Культурозбережний і культуротворчий потенціал туристичної діяльності. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*, 13, 334–338.
- Вац, И. (2018, 1 октября). *Туризм как зеркало мира, в котором происходят глобальные изменения*. <https://100dorog.ru/guide/articles/6970462/>.
- Воронкова, В. Г. (2010). Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки*, 8, 23–35.
- Змеул, А. А. (2004). *Музеи в культурном пространстве города (комплексный анализ на примере Нижнего Новгорода 1985–2003* [Диссертация кандидата исторических наук, Российский институт культурологии].
- Любарець, В. В. (2017). Культурологія туризму. В А. Є. Конверський (Ред.), *Дні науки філософського факультету – 2017*, Матеріали Міжнародної наукової конференції, Київ, 25–26 квітня 2017 р. (Ч. 4, с. 152–154). Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет".

- Мініч, І. М. (2002). *Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз* [Автореферат дисертації кандидата соціологічних наук, Інститут соціології НАН України].
- Рахуба, Є. С. (2010). Соціокультурне значення туризму. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 16(2), 258–269.
- Соболь, Т. В. (2012). Проблема формирования социальной идентичности в условиях глобальных общественных изменений. *Философия и космология*, 211–231. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-formirovaniya-sotsialnoy-identichnosti-v-usloviyah-globalnyh-obschestvennyh-izmeneniy/viewer>.
- Соколова, М. В. (2007). *Туризм как культурно-исторический феномен* [Диссертация доктора культурологии, Московский государственный университет культуры и искусств].
- Соляник, С. Ф. (2010). *Туризм як соціоетичний чинник суспільного життя* [Автореферат дисертації кандидата педагогічних наук, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова].
- Усовская, Э. А. (2017). Установки номадизма в культуре постмодерна. *Вести Института современных знаний имени А. М. Широкова*, 2, 98–101.
- Шиманська, В. В. (2011). Туризм як соціально-економічне явище: імперативи розвитку. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*, 2, 6–12.
- Attali, J. (1991). *Millennium: winner sandlosersin the coming world order*. Random House.
- Bauman, Z. (1993). *Postmodern Ethics*. Routledge.
- Pearce, D. G., & Butler, R. W. (Eds.). (1999). *Contemporary Issues in Tourism Development*. Routledge. <https://doi.org/10.1002/jtr.254>.

References

- Antonenko, V. H. (2002). Mistse mizhnarodnoho turyzmu u vzaiemodii i vzaiemozbahachenni kultur [The place of international tourism in the interaction and mutual enrichment of cultures]. In *Turyzm u XXI stolitti: hlobalni tendentsii i rehionalni osoblyvosti* [Tourism in the 21st century: global trends and regional features], Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference. Kyiv, October 10–11, 2001 (pp. 47–54). Kyiv University of Tourism, Economics and Law [in Ukrainian].
- Attali, J. (1991). *Millennium: winner sandlosersin the coming world order*. Random House [in English].
- Bauman, Z. (1993). *Postmodern Ethics*. Routledge.
- Blyumenkrants, M. V. (2007). V poiskakh imeni i litsa. Fenomenologiya sovremennogo landshafta [In search of names and faces. Phenomenology of the modern landscape]. *Voprosy filosofii*, 1, 47–60 [in Russian].
- Budko, M. V., & Bortnykov, Ye. H. (2009). Kulturozberezhnyi i kulturotvorchyi potentsial turystychnoi diialnosti [Culture-preserving and cultural potential of tourist activity]. *Visnyk DITB. Seriya: Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu*, 13, 334–338 [in Russian].
- Liubarets, V. V. (2017). Kulturolohiiia turyzmu [Culturology of tourism]. In A. Ye. Konverskyi (Ed.), *Dni nauky filosofskoho fakultetu – 2017* [Days of science of the Faculty of Philosophy – 2017], Proceedings of the International Scientific Conference, Kyiv,

- April 25–26, 2017 (Pt. 4, pp. 152–154). Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr "Kyivskiy universytet" [in Ukrainian].
- Minich, I. M. (2002). *Sotsialni chynnyky i funktsii infrastruktury turyzmu: sotsiologichnyi analiz* [Social factors and functions of tourism infrastructure: a sociological analysis] [Abstract of PhD Dissertation, Instytut sotsiologii NAN Ukrainy] [in Ukrainian].
- Pearce, D. G., & Butler, R. W. (Eds.). (1999). *Contemporary Issues in Tourism Development* Routledge. Routledge. <https://doi.org/10.1002/jtr.254> [in English].
- Rakhuba, Ye. S. (2010). Sotsiokulturne znachennia turyzmu [Social and cultural significance of tourism]. *Ukrainian Culture: the Past, Modern Ways of Development*, 16(2), 258–269 [in Ukrainian].
- Shymanska, V. V. (2011). Turyzm yak sotsialno-ekonomichne yavyshe: imperatyvy rozvytku [Tourism as a social and economic phenomenon: imperative development]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriya: Ekonomichni nauky*, 2, 6–12 [in Ukrainian].
- Sobol', T. V. (2012). Problema formirovaniya sotsial'noi identichnosti v usloviyakh global'nykh obshchestvennykh izmenenii [The problem of formation of social identity in the conditions of global social changes]. *Philosophy & Cosmology*, 211–231. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-formirovaniya-sotsialnoy-identichnosti-v-usloviyah-globalnyh-obschestvennykh-izmenen> [in Russian].
- Sokolova, M. V. (2007). *Turizm kak kul'turno-istoricheskii fenomen* [Tourism as a cultural and historical phenomenon] [Doctoral Dissertation, Moskovskii gosudarstvennyi universitet kul'tury i iskusstv] [in Russian].
- Solianyuk, S. F. (2010). *Turyzm yak sotsioetychnyi chynnyk suspilnoho zhyttia* [Tourism as a socioethical factor of public life] [Abstract of PhD Dissertation, Natsionalnyi pedahohichnyi universytet im. M. P. Drahomanova] [in Ukrainian].
- Usovskaya, E. A. (2017). Ustanovki nomadizma v kul'ture postmoderna [Attitudes of nomadism in the culture of postmodernism]. *Vesti Instituta sovremennykh znaniy imeni A. M. Shirokova*, 2, 98–101 [in Russian].
- Vats, I. (2018, October 1). *Turizm kak zerkalo mira, v kotorom proiskhodyat global'nye izmeneniya* [Tourism as a mirror of a world in which global change is taking place]. <https://100dorog.ru/guide/articles/6970462/> [in Russian].
- Voronkova, V. H. (2010). Rozvytok turyzmu yak sotsialnoho i kulturnoho yavyshecha v umovakh hlobalizatsii ta kros-kulturnoi komunikatsii [Development of tourism as a social and cultural phenomenon in the context of globalization and cross-cultural communication]. *Scientific Notes of KUTEL. Series: Philosophi Sciences*, 8, 23–35 [in Ukrainian].
- Zmeul, A. A. (2004). *Muzei v kul'turnom prostranstve goroda (kompleksnyi analiz na primere Nizhnego Novgoroda 1985–2003)* [Museums in the cultural space of the city (complex analysis on the example of Nizhny Novgorod 1985–2003)] [PhD Dissertation, Rossiiskii institut kul'turologii] [in Russian].

INTEGRATION OF TOURISM INTO CULTURAL PROCESSES

Stepan Dychkovskiy

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
ORCID: 0000-0003-4771-4521, e-mail: 227@ukr.net,
National Academy of Culture and Arts Management,
Kyiv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to study the integration of tourism into the processes of transformation of modern society and culture. The research methodology involves the use of historical, bibliographic and analytical methods. The scientific novelty of the article consists in substantiating the expediency and necessity of analysing the phenomenon of tourism at the social and philosophical, philosophical and cultural levels. Conclusions. Tourism appears as an innovative phenomenon of the global society and is crucial for the creation of modern civilization since it affects the formation of cultural, economic, social, informational, scientific, spatial models of the organization of human activity. It can be argued that tourism integrates the most important processes of transformation of modern society and culture. Therefore, tourist activity can be considered as one that belongs to cultural studies. This means that the management of this sphere requires not only knowledge of economic laws, but also their cultural understanding. At the same time, modern research has not yet identified the essential features of tourism as an institution located at the intersection of culture and economy. Tourism as a global cultural phenomenon reflects the processes of creating, translating and reproducing behavioral strategies implemented by tourists in each historical epoch. The multiplicity of cultural meanings in the practices of modern tourism is associated with the increase in the intensity of spatial mobility in the growing pace of global civilizational processes, "compression" of geographical space due to the growth of travel speed, acceleration of the virtualization of all spheres of public life under the influence of digital technologies; with innovative changes in the way of life, which accelerate the transformation of sociocultural stereotypes, types of consumption and communication models. A modern tourist is becoming more interested in meeting the individual needs for the development of cultural values while traveling, the search for a new experience of seeing the world, the development of creative abilities, resulting in the emergence of numerous tourist practices focused on interactive behavior.

Keywords: information society; cultural tourism; cultural thinking; globalization processes; methods of cultural studies

■ ИНТЕГРАЦИЯ ТУРИЗМА В ПРОЦЕССЫ КУЛЬТУРЫ

■ Дычковский Степан Иванович

■ *Кандидат педагогических наук, доцент,
ORCID: 0000-0003-4771-4521, e-mail: 227@ukr.net,
Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств,
Киев, Украина*

■ Аннотация

Цель статьи – исследовать интеграцию туризма в процессы трансформации современного общества и культуры. Методология исследования предполагает применение исторического, библиографического и аналитического методов. Научная новизна работы заключается в обосновании целесообразности и необходимости анализа феномена туризма на социально-философском и философско-культурологическом уровне. Выводы. Туризм выступает как инновационный феномен глобального общества и имеет решающее значение в создании современной цивилизации, поскольку влияет на формирование культурной, экономической, социальной, информационной, научной, пространственных моделей организации человеческой деятельности. Можно утверждать, что туризм интегрирует важнейшие процессы трансформации современного общества и культуры. Таким образом, туристическую деятельность можно рассматривать как культурологическую. Следовательно, управление этой сферой требует не только знаний экономических законов, но и их культурологического осмысления. В то же время современные исследования еще не определили существенные признаки туризма как института, находящегося на пересечении культуры и экономики. Туризм как глобальный культурный феномен отражает процессы создания, трансляции и воспроизведения поведенческих стратегий, реализуемых туристами в каждой исторической эпохе. Множественность культурных смыслов в практиках современного туризма связаны с увеличением интенсивности пространственной мобильности в условиях нарастания темпов глобальных цивилизационных процессов, «сжатия» географического пространства благодаря росту скорости путешествий, ускорения виртуализации всех сфер общественной жизни под влиянием цифровых технологий; с инновационными изменениями в способе и стиле жизни, ускоряющих трансформации социокультурных стереотипов, типов потребления и моделей коммуникации. Для современного туриста актуальным становится удовлетворение индивидуальных потребностей в освоении культурных ценностей во время путешествия, поиск нового опыта видения мира, развитие творческих способностей, что обуславливает появление многочисленных туристических практик, ориентированных на интерактивное поведение.

■ **Ключевые слова:** информационное общество; культурный туризм; культурологическое мышление; глобализационные процессы; культурологические методы

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221055
УДК 338.483.12:904(477.46)

ВИКОРИСТАННЯ АРХЕОЛОГІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОГО РЕСУРСУ

Зараховський Олександр Євгенович

*Кандидат культурології,
ORCID: 0000-0003-4263-7870, e-mail: zarakhovskyi@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133*

Для цитування:

Зараховський, О.Є. (2020). Використання археологічних об'єктів Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу. *Питання культурології*, (36), 120-136. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221055>.

Анотація

Мета статті – виявити сучасний стан залучення археологічних об'єктів Черкащини до туристичної діяльності. Методологія дослідження полягає в огляді й аналізі літературних та архівних джерел; за допомогою проблемно-типологічного методу досліджено специфіку пристосування різних категорій археологічних пам'яток краю до використання в туристичній сфері; історичний метод використовувався для дослідження нерухомих об'єктів археології області у хронології їхнього виникнення та вивчення; метод польових досліджень був використаний для збору інформації про сучасний стан підготовленості цих об'єктів до експонування та залучення до екскурсійної діяльності. Наукова новизна полягає у висвітленні нерухомих археологічних об'єктів Черкаської області як сучасного туристично-екскурсійного ресурсу. Висновки. Встановлено, що в туристично-екскурсійну діяльність залучена лише «рухома» складова археологічної спадщини Черкащини, використання якої зводиться до музейних експозицій, присвячених артефактам з місць розкопок. Нерухомі археологічні об'єкти краю продовжують залишатися латентним туристичним ресурсом. Найвизначніші археологічні пам'ятки області, пов'язані з палеолітичною, трипільською та скіфською культурами, практично не підготовлені до експонування на місці розкопок. Це сприяє їх повільному руйнуванню, нищенню та забуттю. Оскільки всебічне пізнання археологічних культур неможливе лише в рамках музейних експозицій, необхідним є створення експозицій безпосередньо на місці розкопок нерухомих об'єктів археологічної спадщини краю, їх відновлення та популяризація шляхом залучення до подієвого туризму, розвиток туристичної інфраструктури.

Ключові слова: археологічна культура; археологічна пам'ятка; археологічний туризм; Черкащина; туризм; культурна спадщина

Вступ

Початком наукового осмислення проблеми використання нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу можна вважати появу перших дослідницьких праць, присвячених пристосуванню пам'яток археології до використання в туристичній діяльності. Саме цей тип пам'яток першим привернув увагу спеціалістів до питання інтеграції історико-культурних об'єктів в туристичну сферу. Це пов'язано зі специфікою археологічних об'єктів, необхідністю їх попередньої підготовки до експонування, адаптації до сприйняття екскурсантами. На відміну від інших типів пам'яток (архітектури та містобудування, садово-паркового мистецтва і т. ін.), які, завдяки збереженості, своїм естетичним та атрактивним якостям, навіть без особливої підготовки викликають інтерес та впливають на психоемоційний стан «спостерігача», пам'ятки археології здебільшого потребують реставрації (або реконструкції), використання додаткових засобів інформації, яка «підкреслює» їхню цінність або винятковість, щоб зацікавити екскурсанта.

У вітчизняній історіографії дослідження даної проблеми бере початок у 70-х роках ХХ століття. В цей час починають з'являтися наукові праці про пристосування пам'яток археології до використання в туристично-екскурсійній діяльності. Зокрема, можна відмітити статтю радянського науковця О. Бадера (1978), в якій описується досвід Радянського Союзу, Німеччини, Чехії, Угорщини та Франції у створенні експозицій археологічних пам'яток безпосередньо на місці розкопок. Надалі праці цього дослідника стали теоретичною основою для наукових розробок проблеми пристосування археологічних об'єктів до експонування як туристично-екскурсійного ресурсу.

В наступному десятилітті проблемами і методами підготовки пам'ятки археології до використання в туризмі займалися дослідники Н. Недович та Л. Беляєв (1987). Вони визначили загальні методології адаптації цих пам'яток до екскурсійної діяльності. Дослідниками було виділено основні методи музеєфікації археологічних пам'яток:

– метод «ковпака». Експонування окремих ділянок відкритого культурного шару поселень у закритому приміщенні (або на місці знаходження археологічного об'єкта, або в іншому місці, куди вона переноситься монолітом);

– метод «натурної консервації». Підготовка експонування пам'ятки при найменшому втручанні у її археологічну та архітектурну структуру, консервація в незмінному вигляді. Триває дане експонування, зазвичай, до кінця археологічних розкопок;

– метод «макетування». Поступове відтворення зовнішніх форм пам'ятки з матеріалу, наближеного до автентичного, з метою приведення археологічного об'єкта до первісного вигляду.

Цікавим в дослідженні російських науковців Е. Базарової, В. Новгородова та Г. Разумова (1987) є обґрунтування розробки програми експонування археологічних об'єктів Криму, як важливого етапу археологічного дослідження. Тобто, паралельно з розкопками розроблювати проект створення туристичного об'єкта та одразу консервувати археологічні залишки.

В 90-х роках ХХ століття продовжується дослідження археологічних пам'яток як туристично-екскурсійного ресурсу. Розробкою туристичних маршрутів на

основі археологічних об'єктів Хмельниччини займався дослідник В. Захар'єв (1996). Серед цих маршрутів: «Давньоруські твердині Дунаєвеччини», «Літописні міста Болоховської землі», «Язичницькі святині Поділля». Але, дані маршрути залишилися нереалізованими.

В наступні десятиліття своє відображення у науковій літературі отримують археологічні об'єкти Черкащини як туристично-екскурсійний ресурс. Зокрема, важливу роль у систематизації та популяризації численних пам'яток археології краю відіграли праці вітчизняних науковців Д. Куштана та В. Ластовського (2016), а також Т. Нераденко (2011).

Щодо проблеми використання цих об'єктів у екскурсійній діяльності, можна відмітити науково-методичні розробки туристичних маршрутів Т. Нераденко (2005; 2006а; 2006б; 2008), що охоплюють практично всі найвідоміші археологічні пам'ятки області: «Шляхами сивої давнини. Археологічна подорож Чигиринщиною», «Дивосвіт Трипілля», «Золота підкова Черкащини». Проте, дослідження І. Стадник (2017) показує, що станом на 2017 рік лише незначна частина цих археологічних об'єктів області представлена на ринку туристичних послуг окремими туроператорами.

Аналіз наявних досліджень дає підстави стверджувати, що використання нерухомих археологічних пам'яток області в туристично-екскурсійній діяльності зводиться до їх механічного поєднання в туристичні маршрути. Водночас недостатньо висвітленими залишаються такі проблеми використання вищезазначених об'єктів, як сучасний стан збереженості, підготовленості до експонування та підвищення туристичної атрактивності. Також, деякі значні археологічні об'єкти області взагалі не розглядалися як об'єкти туристичного інтересу. Цим і обумовлена актуальність дослідження.

■ **Мета статті**

Мета статті полягає у виявленні сучасного стану залучення археологічних об'єктів Черкащини до туристичної діяльності. Завданнями, через які досягається мета дослідження, є: аналіз літературних джерел та документів з питання збереження та використання археологічної спадщини Черкащини у туристично-екскурсійній діяльності; дослідження латентного туристичного потенціалу області, пов'язаного з нерухомими археологічними об'єктами; аналіз їхнього сучасного стану та підготовленості до експонування на прикладі визначних пам'яток археології краю.

■ **Виклад матеріалу дослідження**

Згідно з даними Археологічної інспекції управління культури і туризму Черкаської ОДА, в області зареєстровано 8833 археологічні об'єкти (за внутрішньокomплекcним підрахунком). Серед них ідентифікованими є: 7203 кургани, 1259 поселень, 137 городищ, 50 ґрунтових могильників, 180 інших пам'яток (Нераденко, 2011, с. 3). Археологічні об'єкти складають найбільшу частку історико-культурних пам'яток області.

Проте, у туристично-екскурсійній діяльності нині використовується лише рухома складова археологічної спадщини області – знайдені на розкопках зняряд-

дя праці, прикраси, предмети побуту та інші артефакти активно експонуються в музеях області й міста Києва. Рухомі археологічні пам'ятки Черкащини розосереджені по експозиціях таких основних музеїв: Черкаський обласний краєзнавчий музей, Черкаський міський археологічний музей Середньої Наддніпрянщини (м. Черкаси); музей археології НІКЗ «Чигирин», музей Богдана Хмельницького (м. Чигирин); Канівський історичний музей (м. Канів); Корсунь-Шевченківський історичний музей (м. Корсунь-Шевченківський); музей поселень-гігантів трипільської культури (с. Легедзине Тальнівського району); Уманський краєзнавчий музей (м. Умань); Кам'янський історичний музей (м. Кам'янка); Археологічний музей ІА НАН України, музей історичних коштовностей України (м. Київ) (Нераденко, 2011, с. 254–264).

Однак, повна відірваність археологічних знахідок від їхнього природного та історичного середовища часто веде до їх неповного, а іноді й викривленого сприйняття екскурсантами.

На думку вчених, найкращою формою використання пам'яток археології як туристично-екскурсійного ресурсу є їх музеєфікація та експонування безпосередньо на місці розкопок (*in situ*) (Греков, 1985, с. 2). Саме в такий спосіб повністю реалізується пізнавальний потенціал пам'ятки, її естетичне та емоційне переживання екскурсантом, підсилене природно-ландшафтним та історико-культурним контекстом (середовищем).

Нерухомі археологічні об'єкти області майже не підготовлені до екскурсійного огляду, окрім окремих прикладів. Винятком можуть служити такі поодинокі пам'ятки, як замчище Богдана Хмельницького в селі Суботів, де над місцем розкопок проведені значні роботи з музеєфікації та консервації, зведено спеціальний захисний павільйон, що забезпечило всі умови для експонування археологічного об'єкта (кам'яних підмурків оборонної вежі) на місці розкопок. Доповнює цю експозицію музей Богдана Хмельницького (м. Чигирин), де зберігаються артефакти з розкопок замчища, експонування яких на місці розкопок не є можливим.

Музеєфікація та використання нерухомих археологічних об'єктів Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу пов'язана з рядом труднощів та проблем. Окремі аспекти збереження і використання нерухокої археологічної спадщини Черкащини висвітлені в архівних джерелах. В первинних документах Державного архіву Черкаської області (ДАЧО) зустрічається інформація про: заснування історико-культурних заповідників краю, як форми збереження археологічної спадщини області; перелік нерухомих археологічних об'єктів, які включаються до складу історико-культурних заповідників та отримують статус пам'яток; паспортизацію археологічних об'єктів; руйнування або аварійний стан археологічних об'єктів. Причиною такої уваги до даного типу пам'яток є численність, різноманітність та унікальність археологічної спадщини області, а також найбільш вразливе становище серед усіх інших пам'яток краю.

Одним з таких документів є Рішення Черкаського облвиконкому № 3 від 9 серпня 1994 року Про створення державного історико-культурного заповідника «Трахтемирів» ("Протокол № 2", 1994, арк. 43) та Тимчасове положення про заповідник ("Протокол № 2", 1994, арк. 45). Останній документ, окрім

охоронно-заповідникової роботи, регламентує діяльність заповідника щодо популяризації археологічних об'єктів, проведення на їх основі екскурсій та масових заходів. Згідно з додатками до тимчасового положення, на баланс заповідника передано 8 територій (загальною площею 4465 га) та 65 об'єктів нерухомої культурної спадщини, більшість з яких – саме археологічного типу (63 пам'ятки археології та 2 пам'ятки історії), що знаходяться на узбережжі Дніпра між селами Трахтемирів та Бучак Канівського району ("Протокол № 2", 1994, арк. 62).

Також цікавим документом, що висвітлює й нині актуальну проблему приватизації земель заповідника «Трахтемирів», є Постанова колегії ради Черкаської обласної організації товариства охорони пам'яток історії і культури та президії обласної організації Всеукраїнської спілки краєзнавців від 17 жовтня 1997 року. В документі йдеться про загрозу передачі земель заповідника аграрно-екологічному об'єднанню «Трахтемирів» (м. Київ) для інтенсивного сільськогосподарського виробництва та будівництва ("Протоколи засідання", 1997, арк. 68).

З початком створення історико-культурного заповідника «Чигирин» тісно пов'язане Рішення виконавчого комітету Черкаської обласної Ради народних депутатів № 298 від 11 листопада 1987 року Про оголошення «Мотронинського городища» історико-культурною заповідною територією ("Протокол № 12", 1987, арк. 129).

Цінними для збереження, дослідження і використання археологічних пам'яток краю як туристичного ресурсу є архівні документи про роботу секції археології Черкаської обласної організації Українського товариства охорони пам'яток історії та культури за 1991 рік. В цих документах зазначений стан археологічних пам'яток, перспективи їх дослідження, збереження, музеєфікації і можливості створення туристичних маршрутів та видання відповідної літератури. Також, виділено основні фактори руйнування археологічних об'єктів краю ("Документи", 1991, арк. 3, 4):

- пошкодження пам'яток у зв'язку із використанням у сільськогосподарському виробництві;
- розмивання водами Кременчуцького та Канівського водосховищ;
- руйнування пам'яток новобудовами.

Основними перешкодами для використання пам'яток археології Черкащини в туристично-екскурсійній діяльності архівним документом визначено:

- вказані вище чинники руйнування, внаслідок яких пам'ятка або знищується, або приводиться до занедбаного стану;
- відсутність умов, які б гарантували надійну збереженість пам'ятки в разі її включення у туристичні маршрути;
- відсутність під'їзних шляхів, оглядових майданчиків та інших необхідних умов для цивілізованого туризму.

Далі у документі подано перелік пам'яток археології, які є потенційними туристичними об'єктами ("Документи", 1991, арк. 5, 6).

Також, секцією археології Черкаської обласної організації Українського товариства охорони пам'яток історії і культури підготовлено ряд документів про нищення нерухомих археологічних об'єктів культурної спадщини Черкащини. Серед них: Акт від 19 березня 1991 року про факт знищення стародавнього

поселення у селі Чубівка зі знахідками кам'яного віку, епохи енеоліту, бронзи, залізного віку і Середньовіччя ("Документи", 1991, арк. 27); Доповідна від 5 березня 1991 року про нищення кургану № 3645 «Собача Могила» у селі Іракліїв («Документи», 1991, арк. 29).

Цікавим з точки зору фактів нищення археологічної спадщини краю є Акт обстеження руйнування археологічного пам'ятника у місті Тальне від 5 серпня 1991 року. В документі зазначено, що в результаті прокладання траси газопроводу на села Майданецьке та Зеленьків була зруйнована одна з найдавніших археологічних пам'яток Східної Європи – ранньотрипільське поселення Гребенюків Яр. Траншея довжиною в 5 км, шириною 150 см та глибиною 150 см пройшла через усе поселення, поруйнувала 11 жител, землянок та ям ("Документи", 1991, арк. 30).

Розглянуті документи говорять про найбільш актуальну, першочергову проблему використання нерухомих пам'яток археології області – їх охорону та збереження, особливо тих, які знаходяться поза межами історико-культурних заповідників.

Використання археологічних об'єктів області в туристичній діяльності є важливим не тільки з наукової та пам'яткоохоронної, але й з просвітницької та навіть патріотично-виховної точок зору. Досліджуючи шар за шаром, вглиб віків археологічні культури, що безперервно заселяли територію сучасної України, ми починаємо краще розуміти взаємодію та впливи цих культур одна на одну, а отже, краще розуміти власний етногенез. Археологічна спадщина Черкащини представлена різними давніми культурами. Вважаємо за доцільне розглянути сучасний стан та проблеми експонування деяких найбільш визначних нерухомих археологічних об'єктів краю за хронологічним принципом – від найдавніших до більш пізніх.

Яскравим зразком *археологічних культур пізнього палеоліту* є стоянка первісних мисливців на мамонтів у селі Межиріч Канівського району. Стоянка, вік якої оцінюється приблизно у 15 тисяч років, складалася з 4-х жител, що становили собою каркас з кісток мамонтів, обтягнутих шкірою великих ссавців. Три перші споруди були виявлені під час розкопок 1966–74 рр. та вивезені у розібраному стані до різних місць експонування. Одне з цих жител нині експонується в Національному науково-природничому музеї НАН України у місті Києві. Четверту споруду, відкриту у 1978 році, було вирішено залишити на місці розкопок як натурну експозицію (Нераденко, 2011, с. 41).

Унікальність археологічної пам'ятки полягає в наступних аспектах. По-перше, розкопані житла є одними з небагатьох виявлених найдавніших наземних споруд (якщо не найдавнішими) людини у світі. По-друге, унікальність «художнього» оформлення обкладики жител (різні фрагменти кісток мамонтів) не схожа на інші, виявлені до нашого часу пізньопалеолітичні стоянки первісної людини. По-третє, на стоянці була виявлена велика кількість цінних знахідок (знаряддя праці, предмети побуту, прикраси, культові вироби та вироби первісного мистецтва), що дали багатий матеріал для дослідження духовної культури первісної людини, її мистецьких та світоглядних орієнтирів. Унікальною знахідкою є зображення на уламку бивня мамонта, що ідентифіковане вченими як первіс-

на примітивна карта місцевості з позначенням жител та нерівностей рельєфу (Нераденко, 2011, с. 41–43).

Світова відомість пам'ятки підтверджується експонуванням її жител на виставках і музеях Західної Європи, Японії, США, а також залученням до дослідження розкопок стоянки вчених з Росії, США, Англії та Франції.

Пам'ятка має вигідне з точки зору туристично-екскурсійної діяльності розташування – неподалік автошляху Черкаси – Канів – Київ, що робить її доступною для вітчизняних та іноземних туристів і дає можливість використовувати об'єкт у туристичних маршрутах. Стоянка може бути залучена як до спеціалізованих археологічних туристичних маршрутів, так і використовуватись у комплексі з іншими екскурсійними об'єктами (наприклад, Шевченківським національним заповідником у місті Каневі).

Збереженість автентичних «цоколя» та внутрішньої частини четвертого житла на межирицькій стоянці дають унікальну можливість його натурної експозиції на місці розкопок, в його історичному та природному середовищі. Проте, задля його використання як туристично-екскурсійного об'єкта мають бути проведені роботи з підготовки експозиції, реконструкції житла у співпраці археологів, палеонтологів, реставраторів, музеєзнавців із залученням закордонного і вітчизняного досвіту музеєфікації та консервації. Необхідною є побудова спеціального захисного павільйону, що забезпечив би збереженість об'єкта та належні умови для експонування.

Враховуючи наукову цінність археологічної пам'ятки, на місці розкопок Національна академія наук України планувала збудувати лабораторію-музей «Стійбище мисливців на мамонтів». Питання про збереження, музеєфікацію та використання пам'ятки в культурно-пізнавальному туризмі порушувалося в контексті державної програми «Золота підкова Черкащини» (на 2006–2009 роки). Проте, дані проекти залишилися нереалізованими.

Нині над об'єктом збудовано тимчасове металеве укриття, що не може забезпечити необхідні умови збереження унікальної пам'ятки. Об'єкт знаходиться під загрозою руйнації та не використовується належним чином в екскурсійній діяльності: не залучається до туристичних маршрутів та не популяризується в туристичній літературі.

Трипільська археологічна культура. Ареал поширення пам'яток трипільської культури охоплює території сучасних України, Молдови та Румунії. Проте, саме на Черкащині знаходяться найбільші за площею трипільські протоміста-гіганти: «Тальянки» – 450 га, «Чичиркозівка» – 300 га, «Майданецьке» – 270 га та «Доброводи» – 250 га (Нераденко, 2011). Зазначені поселення нині вважаються одними з найбільших у тогочасному енеолітичному світі. Цим обумовлена важлива роль області у дослідженні та популяризації трипільської археологічної культури.

З метою дослідження та використання цих пам'яток археології світового значення, в області був створений Державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура», який розпочав свою діяльність у липні 2003 року. Окрім вищезазначених протоміст-гігантів, територія заповідника охоплює ще сім трипільських поселень Тальнівського, Уманського та Звенигородського районів:

«Веселий Кут», «Онопріївка», «Глибочок», «Піщана», «Косенівка», «Аполянка» та «Вільховець» (Кабінет Міністрів України, 2002).

Центр заповідника в селі Легедзине Тальнівського району (на базі поселення «Тальянки») має вигідне, з туристичної точки зору, розташування – через південну частину поселення проходить траса Черкаси – Умань. Тут планується відкриття музею Трипільської культури та створення «археодрому» – музейного комплексу з відтворених у натуральний розмір трипільських жител, наповнених «трипільськими» побутовими речами, посудом та знаряддями праці.

Нині музей складається з чотирьох археологічних та однієї мистецької зали, а також кінозали, розрахованої на сорок глядачів. Музей залишається об'єктом незавершеного будівництва. Відсутність необхідної туристично-екскурсійної інфраструктури та штату працівників не дозволяє експозиції бути доступною у звичному музейному режимі.

Заповідник «Трипільська культура» має досить потужний туристичний потенціал, але через малу атрактивність археологічних об'єктів і непідготовленість до туристичного обслуговування, не представлений окремим туристичним маршрутом. Музейні фонди в селі Легедзине інколи використовуються в комплексі інших туристично-екскурсійних маршрутів (наприклад, туристичний маршрут до дендропарку «Софіївка» у місті Умань). На базі розкопок поселення «Тальянки» ведеться науково-дослідна робота, туристсько-екскурсійна – майже відсутня.

За методикою оцінки туристичної привабливості історико-культурних ресурсів Н. Полінової (Полинова, 1978), нами було визначено, що заповідник «Трипільська культура» має низький коефіцієнт пізнавальної цінності – 0,40 та належить до розряду «малоатракативних» туристичних об'єктів.

При виконанні будівельно-відновлювальних робіт, які затверджені в обласних програмах розвитку туризму на Черкащині (Програма від 26.06.2012 на 2012–2020 роки; Програма від 21.09.2018 на 2018–2020 роки) (Черкаська обласна рада, 2020), туристична привабливість заповідника «Трипільська культура» суттєво підвищиться і це дасть йому змогу виокремитись в повноцінний туристичний маршрут, метою якого буде ознайомлення туристів з унікальною археологічною спадщиною Черкащини (табл. 1).

Завершення реконструкції «археодрому» – господарчо-житлового комплексу трипільського поселення з гончарною майстернею (на базі розкопок поселення «Веселий кут») у селі Легедзине, прирівняє його до типу об'єктів «етнографічні музеї, музеї народної архітектури і побуту», що оцінюються у 5 балів. Завершення будівництва приміщення музею Трипільської культури перетворить його на повноцінний «відомчий музей пам'яток матеріальної культури» (4 бали). Ці заходи підвищать коефіцієнт пізнавальної цінності заповідника з 0,40 до 0,57 і переведуть його з рангу «малоатракативних» в ранг «середньоатракативних» (табл. 1).

Позитивним чинником підвищення туристичної привабливості заповідника можуть стати заходи, задекларовані в обласних програмах, які направлені на налагодження його туристичної інфраструктури та розвиток подієвого туризму (Черкаська обласна рада, 2020):

- завершення будівництва та популяризація скансену – етнографічного хутора з необхідними умовами проживання туристів, наближеними до трипільської культури та побуту;
- будівництво готелю-ресторану в трипільському архітектурному стилі;
- розширення традиційного фестивалю «Трипільська Толока» у формат музейного «Фестивалю давно забутих ремесел» та популяризація заходу на туристичному ринку.

Таблиця 1

Аналіз потенціалу туристичної атрактивності Державного історико-культурного заповідника «Трипільська культура» (за методикою Н. Полінової).

Об'єкти заповідника / їхня оцінка	Максимальна сума балів	Коефіцієнт пізнавальної цінності	Рівень атрактивності заповідника
До відновлювальних робіт			
<ul style="list-style-type: none"> • Поселення трипільської культури «Доброводи» (2); • Поселення трипільської культури «Чичиркозівка» (2); • Поселення трипільської культури «Майданецьке» (2); • Поселення трипільської культури «Тальянки» (2). 	20	0,40	малоатрактивний
Після відновлювальних робіт			
<ul style="list-style-type: none"> • Поселення трипільської культури «Доброводи» (2); • Поселення трипільської культури «Чичиркозівка» (2); • Поселення трипільської культури «Майданецьке» (2); • Поселення трипільської культури «Тальянки» (2); • Господарчо-житловий комплекс трипільського поселення («археодром») (5); • Музей Трипільської культури (4). 	30	0,57	середньоатрактивний

Скитська археологічна культура. На відміну від спадщини трипільської культури, яка активно досліджується, популяризується в туризмі та охороняється

ся державою в рамках заповідника, спадщина *скіфського* періоду не представлена окремим заповідником в області та майже не залучається в туристично-екскурсійну діяльність. Це призводить до того, що навіть найвизначніші відкриття, пов'язані зі скіфською культурою, часто залишаються поза увагою широкого загалу туристів.

З-поміж всіх скіфських археологічних пам'яток на території Черкаської області особливої уваги заслуговує Великий Рижанівський курган. Унікальність кургану насамперед пов'язана з історією його дослідження та результатами розкопок. У 1884 році на кургані відбулися перші розкопки, які не мали успіху. У 1887 році нові археологічні роботи дали перші суттєві результати – була розкрита неосновна поховальна камера та знайдені цінні артефакти. Масштабні розкопки рижанівської групи курганів 1890 року стали провальними, подальші дослідження на кургані були визнані безперспективними і про нього на довгий час забули. Лише через століття, у 1996 році спільна україно-польська експедиція розкрила центральну поховальну камеру, яка виявилася непограбованою (!). Серед археологічних знахідок були виявлені: залишки скелетів скіфського вождя, його слуги і коня; велика кількість дорогоцінних прикрас і зброї; посуд в грецькому стилі і навіть жертовна їжа (Скорый & Хохоровски, 2018).

Великий Рижанівський курган називають археологічною сенсацією ХХ століття з двох причин. По-перше, «цілісність» кургану – винятковий випадок для скіфської археології, оскільки за всю її історію був лише один непограбований курган (Куль-Оба, м. Керч, розкопки 1830 року) (Лячинський, 2004, с. 72). Цей факт відкриває великі перспективи подальших досліджень на безлічі інших подібних поховань. По-друге, знайдені артефакти значно розширили уявлення про останні часи перебування скіфів на наших землях (III ст. до н.е.), стали яскравим зразком взаємодії скіфської та місцевої землеробської культури.

Нині курган є об'єктом зацікавленості переважно археологів та краєзнавців. Він не популяризується в туристичній літературі, не захищається законом, не використовується в екскурсійній діяльності. Спадщину скіфського кургану, яка є латентним туристичним ресурсом краю, можна умовно поділити на дві складові.

Першу складову безпосередньо представляє земляний насип кургану, який нині знаходиться у занедбаному стані (засаджений деревами на невеликій ділянці землі посеред соняшникового поля). Потенційна небезпека для кургану – знищення внаслідок сільськогосподарських робіт, що є достатньо типовою загрозою для археологічних пам'яток як області, так і всієї України. Він потребує низки заходів та відновлювальних робіт для його перетворення в екскурсійний об'єкт:

- пам'яткоохоронні: надання кургану статусу археологічної пам'ятки, включення до державного охоронного списку;
- відновлювальні: реконструкція насипу кургану, приведення до стану на початок археологічних робіт 1884 року (очищення від рослинності); встановлення пам'ятної дошки біля насипу з назвою кургану, описом та зображеннями археологічних знахідок 1996 року;
- заходи з популяризації: включення до спеціалізованих туристичних маршрутів в комплексі з розвитком археологічного туризму в області; або вклю-

чення у вже розроблений туристичний маршрут «Золота підкова Черкащини» на відрізку: м. Звенигородка – с. *Рижанівка* – м. Тальне.

Друга складова спадщини скіфського кургану – знайдені під час розкопок 1996 року археологічні артефакти: комплект зброї (спис, лук з двома колчанами стріл, металеві дротики), коштовні прикраси, давньогрецька сидулка, скіфські посудини (килик для питва, кубок із зображенням грифонів) та інше (Скорый & Хохоровски, 2018). Ці знахідки можуть бути широко використані у музейній діяльності, як важливий внесок Черкащини у розвиток не лише археологічної науки, а й «археологічного» туризму в Україні.

Музей історичних коштовностей України, в якому найбільш широко представлені скарби скіфської культури нашої країни, завдяки багатству колекції та унікальним експонатам (зокрема, скіфській пекторалі з кургану Товста Могила), є «брендовим» для широкого загалу вітчизняних та іноземних туристів. У відкритій експозиції музею знаходяться різноманітні прикраси скіфів з 15 курганів і місцевостей Черкащини. Станом на 2020 рік в музеї експонуються знахідки з наступних населених пунктів Черкаської області: с. Синявка, с. Бобриця, с. Жаботин, с. Журовка, с. Матусів, с. Ольшани, с. Сахнівка, с. Назарівка, с. Лазурці, с. Пастирське, с. Михайлівка, с. Таганча, с. Новоселки, с. Мартинівка та с. Малий Ржавець. Проте, інформація про село Рижанівка, Великий Рижанівський курган та знахідки археологічних розкопок 1996 року в експозиції музею відсутня.

■ Висновки

Попри наявність визначної та багатой археологічної спадщини Черкащини, в туристично-екскурсійну діяльність залучена лише її «рухома» складова, використання якої зводиться до музейних експозицій області та міста Києва, присвячених артефактам з місць розкопок. Нерухомі археологічні об'єкти краю продовжують залишатися латентним туристичним ресурсом. Найвизначніші археологічні пам'ятки області, пов'язані з палеолітичною, трипільською та скіфською культурами, практично не підготовлені до експонування на місці розкопок. Це сприяє їх повільному руйнуванню, нищенню та забуттю.

Всебічне пізнання археологічних культур не можливе лише в рамках музейних експозицій, що знайомлять зі знайденими рухомими артефактами. Воно повністю можливе у їхньому взаємозв'язку з історичним та природним середовищем. Тому, необхідним є створення експозицій безпосередньо на базі нерухомих об'єктів археологічної спадщини краю, їх відновлення та популяризація шляхом залучення до подієвого туризму, розвиток туристичної інфраструктури.

Проблема підготовки та адаптації нерухомих археологічних пам'яток області до використання в туристично-екскурсійній діяльності може бути предметом подальших наукових досліджень.

■ Список використаних джерел

Бадер, О. Н. (1978). Музеефикация археологических памятников. *Советская археология*, 3, 138–153.

- Базарова, Э. Л., Новгородов, В. Г., & Разумов Г. А. (1987). Сохранение памятников археологии. В *Методические основы охраны и использования памятников археологии* (с. 48–57). Научно-методический совет по охране памятников культуры Министерства культуры СССР.
- Беляев, Л. А., & Недович, Н. Д. (1987). Из практики объединения «Росреставрация» по консервации и музеефикации памятников археологии. В *Методические основы охраны и использования памятников археологии* (с. 121–126). Научно-методический совет по охране памятников культуры Министерства культуры СССР.
- Греков, Н. И. (1985). *Сохранение и современное использование архитектурно-археологических памятников (на примере античных и средневековых памятников)* [Автореферат диссертации кандидата архитектуры, Московский архитектурный институт].
- Документи (план, список членів секції, постанови, протоколи) про роботу секції археології, 1991 р. (Фонд Р-4468 Рада Черкаської обласної організації Українського товариства охорони пам'яток історії і культури м. Черкаси Черкаської області, 1966–1996 рр., опис 1, справа 660). Державний архів Черкаської області, Черкаси.
- Захар'єв, В. А. (1996). Археологічно-екскурсійний потенціал Хмельниччини. В *Туристичні ресурси України* (с. 88–99). Інститут туризму Федерації профспілок України.
- Кабінет Міністрів України. (2002). Про Державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура» в Черкаській області, Постанова від 13 березня 2002 року, № 284. *Офіційний вісник України*, 11, 118.
- Куштан, Д. П., & Ластовський, В. В. (2016). *Археологія та рання історія Черкас*. Інститут археології НАН України.
- Лячинський, С. С. (2004). Великий Рижанівський курган. В *Черкащина в контексті історії України*, Матеріали 1 науково-краєзнавчої конференції Черкащини (до 50-річчя утворення Черкаської області) (с. 65–74). Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького.
- Нераденко, Т. М. (2005). *Стежками своєї давнини. Археологічна подорож по Чигиринщині*. СЮТур.
- Нераденко, Т. М. (2006а). *Дивосвіт Трипілья: туристсько-краєзнавчий маршрут по державному історико-культурному заповіднику "Трипільська культура"*. СЮТур.
- Нераденко, Т. М. (2006b). *Золота підкова Черкащини: туристсько-краєзнавча подорож Черкащиною для учнівської молоді України*. Брама-Україна.
- Нераденко, Т. М. (2008). Археологічна спадщина Черкащини в контексті розвитку туризму. В *Черкащина в контексті історії України*, Матеріали 3 науково-краєзнавчої конференції Черкащини, присвяченої проблемам охорони, збереження та використання історико-культурної спадщини (с. 167–172). Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького.
- Нераденко, Т. М. (2011). *Археологія Черкащини*. ПП Чабаненко Ю. А.
- Полинова, Н. Ф. (1978). Оценка необходимого и достаточного времени на осмотр экскурсионных объектов. В *Социально-географические проблемы повышения эффективности туристско-экскурсионного обслуживания* (с. 100–104). Издательство БГУ.

- Протокол № 12 засідання виконавчого комітету обласної Ради народних депутатів від 24 листопада 1987 року Рішення № 283-309, 1987 р. (Фонд Р-4313 Виконавчий комітет Черкаської обласної Ради народних депутатів м. Черкаси Черкаської області, 1946–1958 рр., опис 5, справа 1454). Державний архів Черкаської області, Черкаси.
- Протокол № 2 засідання виконавчого комітету обласної Ради народних депутатів від 19 серпня 1994 року Рішення № 2-9, 1994 р. (Фонд Р-4313 Виконавчий комітет Черкаської обласної Ради народних депутатів м. Черкаси Черкаської області, 1946–1958 рр., опис 5, справа 2310). Державний архів Черкаської області, Черкаси.
- Протоколи засідання президії і правління обласної організації, 1994–1997 рр. (Фонд Р-6001 Черкаська обласна організація національної спілки краєзнавців України, 1989–2011 рр., опис 1, справа 17). Державний архів Черкаської області, Черкаси.
- Скорый, С. А., & Хохоровски, Я. (2018). *Большой Рыжановский курган*. Издатель Олег Филюк.
- Стадник, І. Ю. (2017). Пам'ятки первісної культури Черкащини як туристичні об'єкти. В *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*, Матеріали 8 Міжнародної науково-практичної конференції (Т. 1, с. 277–280). Черкаський державний технологічний університет.
- Черкаська обласна рада. (2020, 12 червня). *Обласні програми*. <https://www.oblradack.gov.ua/oblasn-programi>.

References

- Bader, O. N. (1978). Muzeefikatsiia arkheologicheskikh pamiatnikov [Museumification of archaeological sites]. *Sovetskaia arkheologija*, 3, 138–153 [in Russian].
- Bazarova, E. L., Novgorodov, V. G., & Razumov G. A. (1987). Sokhranenie pamiatnikov arkheologii [Preservation of archeological monuments]. In *Metodicheskie osnovy okhrany i ispolzovaniia pamiatnikov arkheologii [Methodological bases for the protection and use of archaeological monuments]* (pp. 48–57). Nauchno-metodicheskii sovet po okhrane pamiatnikov kultury Ministerstva kultury SSSR [in Russian].
- Beliaev, L. A., & Nedovich, N. D. (1987). Iz praktiki obedineniia “Rosrestavratsiia” po konservatsii i muzeefikatsii pamiatnikov arkheologii [The case of the “Rosrestavratsiya” association on the conservation and museumification of archeological monuments]. In *Metodicheskie osnovy okhrany i ispolzovaniia pamiatnikov arkheologii [Methodological bases for the protection and use of archaeological monuments]* (pp. 121–126). Nauchno-metodicheskii sovet po okhrane pamiatnikov kultury Ministerstva kultury SSSR [in Russian].
- Cabinet of Ministers of Ukraine. (2002). Pro Derzhavnyi istoriko-kulturnyi zapovidnyk “Trypilska kultura” v Cherkaskii oblasti [On the State historical and cultural reserve “Trypillian culture” in Cherkasy oblast], Decree from March 13, 2002, № 284. *Ofitsiinyi visnyk Ukrainy*, 11, 118 [in Ukrainian].
- Cherkasy regional council. (2020, Juni 12). *Oblasni prohramy [Oblast's programs]*. <https://www.oblradack.gov.ua/oblasn-programi> [in Ukrainian].
- Dokumenty (plan, spysok chleniv seksii, postanovy, protokoly) pro robotu seksii arkheolohii, 1991 r. [Documents (plan, list of members of the section, resolutions, minutes) on the

- work of the section of archeology, 1991] (Fund P-4468 Rada Cherkaskoi oblasnoi orhanizatsii Ukrainskoho tovarystva okhorony pam'iatok istorii i kultury m. Cherkasy Cherkaskoi oblasti, 1966–1996 rr., Inventory 1, File 660. State Archives of Cherkasy Region, Cherkasy [in Ukrainian].
- Grekov, N. I. (1985). *Sokhranenie i sovremennoe ispolzovanie arkhitekturno-arkheologicheskikh pamiatnikov (na primere antichnykh i srednekovykh pamiatnikov)* [Preservation and new use of architectural and archeological monuments (the case of ancient and medieval monuments)] [Abstract of PhD Dissertation, Moskovskii arkhitekturnyi institut] [in Russian].
- Kushtan, D. P., & Lastovskiy, V. V. (2016). *Arkheolohiia ta rannia istoriia Cherkas* [Archeology and early history of Cherkasy]. Instytut arkheolohii NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Liachynskiy, S. S. (2004). Velykyi Ryzhanivskiy kurhan [Big Ryzhanovsky mound]. In *Cherkashchyna v konteksti istorii Ukrainy* [Cherkasy region within the history of Ukraine], Proceedings of the 1st local history conference of Cherkasy region (to the 50th anniversary of the Cherkasy oblast) (pp. 65–74), Cherkaskiy natsionalnyi universytet im. B. Khmelnytskoho [in Ukrainian].
- Neradenko, T. M. (2005). *Stezhkamy syvoi davnyiny. Arkheolohichna podorozh po Chyhyrynshchyni* [Trails of gray antiquity. Archaeological journey through the Chigirin region]. SluTur [in Ukrainian].
- Neradenko, T. M. (2006a). *Dyvosvit Trypillia: turystsko-kraieznavchyi marshrut po derzhavnomu istoryko-kulturnomu zapovidnyku "Trypilska kultura"* [Wonderworld of Trypillia: tourist and historical route on the state historical and cultural reserve "Trypillia Culture"]. SluTur [in Ukrainian].
- Neradenko, T. M. (2006b). *Zolota pidkova Cherkashchyny: turystsko-kraieznavcha podorozh Cherkashchynoiu dlia uchnivskoi molodi Ukrainy* [The Golden Horseshoe of Cherkasy region: a tourist and historical trip to Cherkasy region for Ukrainian youth]. Brama-Ukraina [in Ukrainian].
- Neradenko, T. M. (2008). Arkheolohichna spadshchyna Cherkashchyny v konteksti rozvytku turyzmu [Archaeological heritage of Cherkassy region in the context of tourism development]. In *Cherkashchyna v konteksti istorii Ukrainy* [Cherkasy region in the context of the history of Ukraine], Proceedings of the 3rd scientific and local lore conference of Cherkasy region, dedicated to the problems of protection, preservation and use of historical and cultural heritage (pp. 167–172). Cherkaskiy natsionalnyi universytet im. B. Khmelnytskoho [in Ukrainian].
- Neradenko, T. M. (2011). *Arkheolohiia Cherkashchyny* [Archeology of Cherkasy region]. PP Chabanenko Yu. A. [in Ukrainian].
- Polinova, N. F. (1978). Otsenka neobkhdimogo i dostatochnogo vremeni na osmotr ekskursionnykh obektov [Assessment of the necessary and sufficient time for inspection of excursion objects]. In *Sotsialno-geograficheskie problemy povysheniia effektivnosti turistsko-ekskursionnogo obsluzhivaniia* [Socio-geographical problems of increasing the efficiency of tourist and excursion services] (pp. 100–104). Izdatelstvo BGU [in Russian].
- Protokol № 12 zasidannia vykonavchoho komitetu oblasnoi Rady narodnykh deputativ vid 24 lystopada 1987 roku Rishennia № 283-309, 1987 r. [Minutes № 12 meeting of the executive committee of the regional Council of People's Deputies of November 24,

- 1987 Decision № 283-309, 1987] (Fund P-4313 Vykonavchyi komitet Cherkaskoi oblasnoi Rady narodnykh deputativ m. Cherkasy Cherkaskoi oblasti, 1946–1958 rr., Inventory 5, File 1454). State Archives of Cherkasy Region, Cherkasy [in Ukrainian].
- Protokol № 2 zasidannia vykonavchoho komitetu oblasnoi Rady narodnykh deputativ vid 19 serpnia 1994 roku Rishennia № 2-9, 1994 r. [Minutes № 2 of the meeting of the Executive Committee of the Regional Council of People's Deputies of August 19, 1994 Decision № 2-9, 1994] (Fund P-4313 Vykonavchyi komitet Cherkaskoi oblasnoi Rady narodnykh deputativ m. Cherkasy Cherkaskoi oblasti, 1946–1958 rr., Inventory 5, File 2310). State Archives of Cherkasy Region, Cherkasy [in Ukrainian].
- Protokoly zasidannia prezydii i pravlinnia oblasnoi orhanizatsii, 1994–1997 rr. [Minutes of the meeting of the presidium and board of the regional organization, 1994–1997] (Fund P-6001 Cherkaska oblasna orhanizatsiia natsionalnoi spilky kraieznavtsiv Ukrainy, 1989–2011 rr., Inventory 1, File 17). State Archives of Cherkasy Region, Cherkasy [in Ukrainian].
- Skoryi, S. A., & Khokhorovski, Ia. (2018). *Bolshoi Ryzhanovskii kurgan [Big Ryzhanovsky mound]*. Izdatel Oleg Filiuk [in Russian].
- Stadnyk, I. Yu. (2017). Pam'iatky pervisnoi kultury Cherkashchyny yak turystychni ob'ekty [Monuments of the primeval culture of Cherkasy region as tourist sites]. In *Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehuliuвання [Tourism and hotel and restaurant business in Ukraine: problems of development and regulation]*, Proceedings of the 8 International Scientific and Practical Conference (Vol. 1, pp. 277–280). Cherkaskyi derzhavnyi tekhnolohichnyi universytet [in Ukrainian].
- Zakhariev, B. A. (1996). Arkheolohichno-ekskursiyni potentsial Khmelnychchyny [Archaeological and excursion potential of Khmelnytsky region]. In *Turystychni resursy Ukrainy [Tourist resources of Ukraine]* (pp. 88–99). Instytut turyzmu Federatsii profspilok Ukrainy [in Ukrainian].

■ USE OF ARCHAEOLOGICAL SITES OF CHERKASY REGION AS A TOURIST AND EXCURSION RESOURCE

■ Oleksander Zarakhovskiy

■ *PhD in Cultural Studies,*

ORCID: 0000-0003-4263-7870, e-mail: zarakhovskiy@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

■ Abstract

The purpose of the article is to know how archaeological sites of the Cherkasy region are involved in tourist activities. The research methodology consists in the review and analysis of literary and archival sources; using the problem topology method we have studied how to use various categories of archaeological sites of the oblast for tourism purpose; the historical method is to study immovable archaeological objects of the oblast, their origins and research

history; the field research method is to collect information about the current state of readiness of these objects for display and involvement in excursion activities. The scientific novelty is to show immovable archaeological sites of the Cherkasy oblast as a modern-day tourist and excursion resource. Conclusions. The research found that there is a “movable” component of the archaeological heritage of Cherkasy region in tourist and excursion activities only, the use of which is reduced to museum expositions dedicated to artefacts from digs. Immovable archaeological sites of the area continue to be a latent tourist resource. The most prominent archaeological sites of the region associated with the Paleolithic, Trypillian and Scythian cultures are practically not developed for display at the site. It helps their slow destruction, ruin and silence. Since a comprehensive knowledge of archaeological cultures is not possible only within the framework of museum expositions, it is necessary to create exhibitions directly at the site of excavations of immovable objects of the archaeological heritage of the region, to restore them and make popular by event tourism, to develop a point of interest.

■ **Keywords:** archaeological culture; archaeological site; archaeological tourism; Cherkasy region; tourism; cultural heritage

■ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ ЧЕРКАЩИНЫ КАК ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОГО РЕСУРСА

■ **Зараховский Александр Евгеньевич**

■ *Кандидат культурологии,
ORCID: 0000-0003-4263-7870, e-mail: zarahovskyi@gmail.com,
Киевский национальный университет культуры и искусств,
Киев, Украина*

■ **Аннотация**

Цель статьи – изучить современное состояние вовлечения археологических объектов Черкасской области в туристическую деятельность. Методология исследования заключается в обзоре и анализе литературных и архивных источников; с помощью проблемно-типологического метода исследована специфика приспособления различных категорий археологических памятников края к использованию в туристической сфере; исторический метод использовался для исследования недвижимых объектов археологии области в хронологии их возникновения и изучения; метод полевых исследований был использован для сбора информации о современном состоянии подготовленности этих объектов к экспонированию и вовлеченности в экскурсионную деятельность. Научная новизна заключается в освещении недвижимых археологических объектов Черкасской области как современного туристско-экскурсионного ресурса. Выводы. Установлено, что в туристско-экскурсионную деятельность вовлечена только «движимая» составляющая археологического наследия Черкасской области, использование которой сводится к музейным экспозициям, посвященным артефактам из мест раскопок. Недвижимые археологические объекты края продолжают оставаться латентным туристическим ресурсом. Выдающиеся археологические памятники области, относящиеся

к палеолитической, трипольской и скифской культурам, практически не подготовлены к экспонированию на месте раскопок. Это способствует их медленному разрушению, уничтожению и забвению. Поскольку всестороннее познание археологических культур невозможно только в рамках музейных экспозиций, необходимо создание экспозиций непосредственно на месте раскопок недвижимых объектов археологического наследия края, их восстановление и популяризация путем привлечения к событийному туризму, развитие туристической инфраструктуры.

■ **Ключевые слова:** археологическая культура; памятник археологии; археологический туризм; Черкасская область; туризм; культурное наследие

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221056

УДК 130.2(477+44)

УКРАЇНСЬКИЙ ПРОЄКТ КУЛЬТУРАЛЬНИХ СТУДІЙ: АДАПТАЦІЯ ФРАНЦУЗЬКОГО ДОСВІДУ

Носенок Богдана Едуардівна

Аспірантка,

ORCID: 0000-0002-3034-9217, e-mail: danynosenock@gmail.com,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,

вул. Володимирська, 60, Київ, Україна, 01033

Для цитування:

Носенок, Б.Е. (2020). Український проєкт культуральних студій: адаптація французького досвіду. *Питання культурології*, (36), 137-146. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221056>.

Анотація

Мета статті – виявити та схарактеризувати відмінності понять «культурний», «культурологічний» та «культуральний», а також окреслити основні методи культуральних досліджень у сучасній французькій соціальній науці. Методологія статті виходить із застосування міждисциплінарного та мультидисциплінарного підходів до досліджень у сфері культурології. Наукова новизна статті полягає в обґрунтуванні доречності застосування поняття «культуральні дослідження» на означення процесів, що розгортаються у межах французької гуманітаристики та пов'язуються виключно з теоретичними утвореннями у контексті соціальних наук та відмінності даного поняття від терміну «культурологічні дослідження». Поняття «культуральних досліджень» до поля української культурології вводиться вперше. Також вперше було здійснено уточнення місця та форм культурології у французькій гуманітаристиці. Висновки. Робота з джерельною базою та методологією є одним із пунктів, що є обов'язковим до виконання на шляху до розв'язання поставлених задач, головною з яких є формування корпусу основоположних для французької історії (у тому числі й історії культури) та історіографії праць (періоду з 1975 р. до сьогодення). На основі даного корпусу існує перспектива побудови альтернативного вітчизняного проєкту культуральних студій, зверненого до вектора французької історіографічної, історико-антропологічної та культурологічної проблематики у полі соціального знання. У статті наводяться аргументи, чому доречно вживати поняття «культуральні дослідження» у контексті проведення наукових розвідок стосовно французької гуманітаристики, зокрема сучасного періоду її розвитку.

Ключові слова: «культуральні дослідження»; «культурологічні дослідження»; гуманітаристика; історія культури; міждисциплінарність; соціальне знання

Вступ

Українська історія культури як система культурологічного знання ґрунтується на напрацюваннях радянської культурологічної школи. Проте сьогодні, у контексті високої розгалуженості досліджень, котрі перебувають у полі культури, доречно здійснити їх диференціацію й, відповідно, розрізнити – окремо – «культуральні», «культурні» та «культурологічні» дослідження. Існує необхідність побудови вітчизняної моделі (проєкту) культуральних студій, яка буде враховувати принципи, з яких виходить західноєвропейська історія культури (англ. cultural history, франц. histoire de la culture, нім. Kulturgeschichte, нід. cultural analysis), а саме: міждисциплінарність; символічний та реконструктивний характер тлумачення актів минулого; розгортання «культурної історії» не лише як процесу, пов'язаного з полем «високої культури» (термін Мірі Рубін (Rubin, 2008), але як того, що здійснюється у полі економіки, політики, гендерної проблематики, релігії, соціології тощо. Французька гуманітаристика розвивається за іншим вектором, що тягне за собою й відмінність місця та форм культурології, на відміну від вектора розгортання логіки розвитку вітчизняної культурологічної науки. У зв'язку з цим й постає необхідність розмежування понять «культурологічні дослідження», «культурні дослідження» та «культуральні дослідження», що передбачає звертання до міждисциплінарної та мультидисциплінарної методології.

Дана проблематика характеризується відсутністю перекладів українською, англійською мовами більшості основоположних праць. Серед головних праць можна виокремити дослідження Е. Анхейма (Anheim, 2012), присвячені дискусії про приналежність історіографії до форм інтелектуальної історії; Ж.-М. Дюфаї (Dufaÿs, 1982) – увага якого зосереджена на проблематиці історії модерної інтернаціональної історіографії та її основних тенденцій за 1970–1984 рр.; Ж. Ревеля (б. г.), що концентрував науковий інтерес на проблемі зв'язку історії та соціального знання; М. Рубін (Rubin, 2008), яка займається дослідженням культурної / культуральної історії (що є предметом праць також П. Бьорка (Берк, 2015). Дані роботи є майже невідомими для українських дослідників, частково через питання мовного бар'єра, тому можна констатувати невисокий ступінь розробленості даної джерельної бази. У перекладі можна ознайомитися з роботами Ж. Дюбі (1991), О. Івашини (2008), Б. Могильницького (2004), а також деякими працями Ж. Ревеля (б. г.). Ці матеріали вже частково увійшли до поля вітчизняної культурологічної науки. На території СНД важливого значення набули роботи Н. Трубнікової (2016), які стосуються вивчення інституційних основ, традицій та новацій французької школи «Анналів».

Мета статті

Виявити та схарактеризувати відмінності понять «культурний», «культурологічний» та «культуральний», а також окреслити основні методи культуральних досліджень у сучасній французькій соціальній науці. Завданнями статті є: розмежування понять «культурний», «культурологічний» та «культуральний»; характеристика ключових методологічних настанов «культуральних досліджень»: міждисциплінарності, символічного та реконструктивного підходу до тлумачення актів минулого, демонстрації «культурної історії» з позиції специфічно люд-

ського способу буття; окреслення шляхів адаптації французьких надбань у полі наук про культуру до вітчизняного поля гуманітаристики (з перспективою створення вітчизняного проекту культуральних студій).

У ході написання дослідницької роботи було використано міждисциплінарний та мультидисциплінарний підходи (зокрема, вони виявили свою актуальність при розмежуванні дефініцій понять «культурний», «культуральний» та «культурологічний»), а також наступні методи досліджень: функціональний, системний, семіотичний, аналіз текстів. Вагомим для даної роботи є принцип цілісності, аналіз та синтез, а також сходження від абстрактного до конкретного й узагальнення.

■ Виклад матеріалу дослідження

Історики та теоретики культури у розумінні західноєвропейських науковців досліджують не саме явище, яке вже вивчено іншими спеціалістами (наприклад, істориками), а способи, механізми та моделі, за допомогою яких це явище було розповсюджене, інтерпретоване та застосоване у відповідних практиках. На думку О. Івашиної (2008), «теорія у якості самобачення культури (але можна доповнити цю думку подібним твердженням і стосовно історії культури) завжди є проблематичною, як і сама культура».

Гуманітаристика постає як діяльнісний простір суб'єктивності. Дане поле виходить з настанов системності, діалогічності, можливості застосування герменевтики. Таким чином, гуманітаристику можна визначити як організовану суб'єкт-орієнтовану систему й парадигму знань та практик, котра постійно розвивається. У 1970-х рр. відбувається перехід від «нової історії», яка сформувалася у надрах школи «Анналів», до нових ризомних тенденцій, що почали фокусуватися на дослідженні соціальних відносин та структур. Форпостом школи «Анналів» був журнал «Анналі», який продовжує існувати й донині. Початок цього процесу було закладено змінами підзаголовку журналу «Анналі»: у 1929–1938 рр. – «Анналі економічної та соціальної історії», з 1939 по 1941 рр. та у 1945 р. – «Анналі соціальної історії», у 1942–1944 рр. – «Збірки соціальної історії», 1946–1993 рр. – «Анналі. Економіка. Суспільство. Цивілізація» та з 1994 р. – «Анналі. Історія. Соціальні науки» («Annales. Histoire, Sciences sociales» (AnnalesHSS) (<http://Annales.ehess.fr/>). Історія культури під патронатом цих інституцій постає у вимірі символічного та реконструктивного тлумачення актів минулого, оскільки, на думку представників школи «Анналів», неможливо реконструювати історичні події та логіку розвитку культури об'єктивно. Кожна реконструкція має символічний характер та є продуктом суб'єктивного інтелектуального досвіду.

Новий розвиток журнал отримав після 2000 р., коли його вченими секретарями стали Ж.-І. Гренсьє, Ж. Полоні-Сімар та А. Лільті. На сьогодні головним редактором журналу є Е. Анхейм, кавалер Ордену мистецтв та літератури. Головування Е. Анхейма зумовило концентрацію інтересів дослідників даного напрямку на соціальній та культурній історії, а також на епістемології історії та історіографії. Е. Анхейм є очільником Вищої школи соціальних наук – французького науково-дослідного інституту, який був створений у 1975 р. Примітно, що цей

рік дав початок ще одному відгалуженню школи «Анналів» – «Espaces Temps» (<https://www.espacestemp.net>).

У цей період у французькій гуманітаристиці набувають особливої актуальності наступні тенденції: критика історичної антропології, економічного сцієнтизму, втрата уваги до людини, ментальності як неопераціонального поняття, а також наголошення на існуванні проблеми реїфікації, тобто уречевлення, гіпостазування ідей, понять та дослідницьких категорій. Чільне місце «Espaces Temps» відводить питанню інтердисциплінарності, наголошуючи на його парадоксальності. На практиці це супроводжується багатьма теоретичними та практичними труднощами. Це попереднє спостереження щодо проблемності інтердисциплінарності навіть призвело до того, що 12 червня 2015 р. В університеті ParisOuest-NanterreLaDéfense було організовано навчальний «День мультидисциплінарної практики» («Pratiquesdupluridisciplinaire»).

Для початку, необхідно наголосити на принципі міждисциплінарності досліджень. Оскільки науки про культуру завжди носять більш узагальнюючий характер, вони звертаються до методології інших наук – які вивчають той самий об'єкт (культуру), але з іншого боку (єдність об'єкту при різниці предметів): релігієзнавства, соціології, філософії, психології, антропології тощо. Важливим тут виступає розмежування понять «культурний» та «культуральний», яке відзначає актуальність міждисциплінарного підходу, адже термін «культуральний» приходить до сфери французької гуманітаристики з поля мікробіологічних та медичних досліджень (англ. culture-based, франц. deculture), позначаючи виключно теоретичний та методологічний аспект аналізу осмислення уявлень про культуру, що закріпилися у вигляді концепцій. Тому тут доречно говорити не стільки про міждисциплінарний, скільки про мультидисциплінарний підхід: застосування методології науки, яка докорінно відрізняється за об'єктом від наук про культуру. Своєю чергою, поняття «культурний» має більш широкий обсяг, ніж термін «культуральний».

Якщо розуміти поняття з точки зору логіки – як логічну мисленнєву операцію, яка виділяє (на основі певних ознак) одні предмети з множини інших та об'єднує їх в один клас – то побачимо, що поняття «культуральний», «культурний» та «культурологічний» близькі за змістом, але різні за обсягом. Це, відповідно, означає, що вони виходять зі схожої сукупності характерних ознак, на основі яких предмети виділяються з універсуму та групуються в один клас, але сукупність цих предметів – різна. Так, для поняття «культурний» обсягом є всі предмети, які перебувають у полі культури, тобто стосуються специфічно людського способу існування у світі. Термін «культурологічний» доречно застосовувати до поля культурології – комплексної гуманітарної дисципліни, метою якої є інтеграція наукового знання про культуру загалом. «Культурна» історія, відтак, розгортається у полі економіки, політики, гендерної проблематики, релігії, соціології тощо – всього того, що асоціюється виключно з людським способом буття (Берк, 2015).

Сама ж культурологія завжди враховує міждисциплінарний досвід та базується на доробку філософії, соціології, психології, антропології, етнографії, мистецтвознавства, лінгвістики тощо. Але ця ремарка щодо культурології справедлива лише для пострадянської гуманітаристики. Більш того, у рамках культурологічних досліджень термін «культурний» відрізняється не оціночно-

позитивним забарвленням, а нейтрально-констатуючим. В українській мові поняття «культурний» породжує деяку смислову амбівалентність, тому деякі дослідники вважають за краще послуговуватися терміном «культуральний», що, однак, не перетворилось на стійку тенденцію (Могилинецький, 2004). Нарешті, поняття «культуральний» стосується не стільки явища, яке ми досліджуємо, скільки методології дослідження цього явища. Так, можна підсумувати вищесказане наступним чином:

1. «Культурний» – поняття, яке характеризує досліджуване явище, тобто вимір культури;

2. «Культурологічний» – термін, що стосується корпусу досліджень культури, тобто виміру культурології (для пострадянського простору);

3. «Культуральний» – поняття, котре розкриває методологію дослідження явищ культури, тобто висвітлює вимір методології. Можна розширити дане міркування, й сказати, що «культуральні студії» є надбудовою культурології, метою для описання явищ культури.

4. Поряд із «критичним поворотом», започаткованим, зокрема, у Франції, відтак, постає «культуральний поворот», котрий можна схарактеризувати як збірне, складне поняття, яке краще передає зміст того, що закріпилося у літературі під назвою «culturalstudies», ніж альтернативні варіанти перекладу, як от «культурологічні» або ж «культурні дослідження». Це поняття одночасно вказує на двозначність та невизначеність статусу культурології у французькій гуманітарній традиції.

«Культуральні дослідження» як такі виникають у межах західної гуманітаристики ще наприкінці XIX ст. у вигляді неокантіанського обґрунтування соціогуманітарної науки. Подальший розвиток «культуральних досліджень» пов'язаний з переосмисленням цих ідей у лоні неомарксистської реінтерпретації поняття «культура». «Базисну значимість» культури, зокрема, продемонстрували у своїх працях А. Грамші та Л. Альтюссер, а також представники Бірмінгемського центру культуральних досліджень (Р. Уільямс, Ст. Холл). Культура була визнана іманентною щодо усіх соціальних процесів. Між тим, цими дослідниками також підкреслювалася небезпека розмивання «культуральних досліджень» до безмежної та беззмістовної голої абстракції.

Дослідження у полі культури у різних державах мають, відповідно, різні назви. При адаптації тих чи інших досліджень до вітчизняного поля гуманітаристики, відтак, виникають закономірні труднощі. Так, обсяг поняття «культурологія» не збігається з обсягом поняття «culturalstudies» або ж «Étudesculturelles». Вітчизняна культурологія стосується набагато більш широкого кола питань та проблем, ніж вищезазначені відгалуження західноєвропейської гуманітаристики. Так, якщо для вітчизняної науки характерним є розмежування поля наук про культуру та наук про суспільство, то у французькій гуманітаристичній науці про культуру входить до поля соціального знання. Вона постає своєрідним інструментом дослідження феномену соціального. Тому у даному контексті доречно говорити про французькі культуральні дослідження – застосування саме поняття «культуральний» буде доречним та логічним при спробі адаптувати французький досвід до вітчизняного поля гуманітаристики.

Власне, культура мислиться текстурою соціального, а сам соціальний світ – не як люди, предмети чи дії, а швидше як сенси та значення, котрі їм приписуються. Зокрема, журнал «EspacesTemps» представляє констеляцію цінностей, на яких базуються західноєвропейські дослідження, а саме: рефлексія та самопізнання, актуальність та нагальність проблематики, суворість експертизи, необхідність застосування культурної експертизи, багатоплановість обсягу роботи, відкритість, доступність та універсальність результатів досліджень. Серед нагальних питань, які, на думку представників les Étudesculturelles та «théoriefrançaise», що здійснила помітний вплив на область французького соціального знання, мають бути у центрі уваги сучасних досліджень, можна виокремити, зокрема, наступні: поняття ідеології, проблеми гегемонії та спротиву, а також питання ідентичності та процесу формування великих колективів.

У теперішньому соціокультурному житті Франція виходить на позицію законодавця нових тенденцій у сфері гуманітаристики взагалі та культурології зокрема. Важливо, що культурологія (як комплекс наук про культуру в широкому сенсі цього поняття – laCulturologie, les Étudesculturelles, lesSciencesdelaculture) у Франції входить до системи соціального знання (lesSciences sociales – букв. «соціальні науки»), тому виразником найбільш останніх віянь у даній галузі виступають саме такі ресурси, як журнали «EspacesTemps» та «AnnalesHSS». Варто підкреслити, що з виходом Великобританії з Європейського Союзу (Brexit) значення та вага Франції у ЄС підсилюється, тому впровадження у вітчизняну культурологію надбань французьких шкіл є актуальним у зв'язку з євроінтеграційними процесами в Україні. Якщо говорити про топографію розвитку «культуральних досліджень» у рамках сучасної французької соціальної науки, то можна закартографувати наступні блоки:

- розвиток «культуральних досліджень» з опорою на міждисциплінарні розвідки на базі журналів-проектів;
- подальше поглиблення міждисциплінарної, мультидисциплінарної та трансдисциплінарної методології у полі гуманітаристики;
- розвиток соціальних наук за напрямками: «культура», «науки про суспільство», «історія», «релігієзнавство»;
- розгортання «культуральних досліджень» у межах діяльності інтелектуальних дискусійних клубів (товариств).

■ Висновки

Виходячи з вищесказаного, робота з джерельною базою та методологією є одним із пунктів, що є обов'язковим до виконання на шляху до розв'язання поставлених задач, головною з яких є формування корпусу основоположних для французької історії (у тому числі й історії культури), починаючи з 1975 р. та до сьогодні, праць. На основі даного корпусу існує перспектива побудови альтернативного вітчизняного проекту культуральних студій, зверненого до вектора французької історіографічної, історико-антропологічної та культурологічної проблематики у полі соціального знання. У статті наводяться аргументи, чому доречно вживати поняття «культуральні дослідження» у контексті проведення наукових розвідок стосовно французької гуманітаристики, зокрема сучасного періо-

ду її розвитку. «Культуральний», «культурний» та «культурологічний» – поняття, близькі за змістом, але різні за обсягом. При намаганні адаптувати досягнення французьких наук про культуру до вітчизняного поля гуманітаристики, доречно розмежувати терміни «культурний» (вимір культури), «культурологічний» (вимір корпусу праць про культуру) та «культуральний» (вимір методології дослідження явищ культури). Щодо французьких culture-based studies, зорієнтованих на соціальне знання, більш адекватним буде вживання саме поняття «культуральні дослідження».

■ Список використаних джерел

- Берк, П. (2015). *Что такое культуральная история?* (И. Полонская, Пер.). Высшая школа экономики.
- Дюби, Ж. (1991). Развитие исторических исследований во Франции после 1950 года. В А. Я. Гуревич (Ред.), *Одиссей. Человек в истории. 1991. Культурно-антропологическая история сегодня* (с. 48–59). Наука.
- Івашина, О. О. (2008). *Загальна теорія культури*. Видавничий дім "Києво-Могилянська академія".
- Лысаков, П., & Эткінд, А. (Ред.). (2006). *Культуральные исследования*. Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Могильницький, Б. Г. (2004). История на переломе: некоторые тенденции развития современной исторической мысли. В Б. Г. Могильницький, И. Ю. Николаева, & Л. П. Репина (Ред.), *Междисциплинарный синтез в истории и социальные теории: теория, историография и практика конкретных исследований* (с. 5–22). ИВИ РАН.
- Ревель, Ж. (б. г.). *Микроисторический анализ и конструирование социального*. Взято 12 октября 2020 из http://yakov.works/libr_min/17_r/ev/vel.html.
- Трубникова, Н. В. (2016). *Французская историческая школа «Анналов»*. Квадрига.
- Anheim, É. (2012). L'historiographie est-elle une forme d'histoire intellectuelle? La controverse de 1934 entre Lucien Febvre et Henri Jassemin. *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 5(59-4bis), 105–130. <https://www.cairn.info/revue-d-histoire-moderne-et-contemporaine-2012-5-page-105.htm>.
- Dufays, J.-M. (1982). L'histoire de l'historiographie moderne activites internationales et tendances recentes de la recherche (1970–1984). *BTNG-RBHC*, XV, 3–4, 511–539. https://www.journalbelgianhistory.be/nl/system/files/article_pdf/BTNG-RBHC%2C%2015%2C%201984%2C%203-4%2C%20pp%20511-539.pdf.
- Revel, J. (1979). Histoire et sciences sociales: les paradigmes des Annales. *Annales. Economies, sociétés, civilizations*, 34(6), 1360–1376. <https://www.cairn.info/revue-mil-neuf-cent-2007-1-page-101.htm>.
- Rubin, M. (2008). Cultural history I: what's in a name? *Making History*. http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/articles/cultural_histoy.html.

■ References

- Anheim, É. (2012). L'historiographie est-elle une forme d'histoire intellectuelle? La controverse de 1934 entre Lucien Febvre et Henri Jassemin [The historiography is the form of intellectual history? The controversy of 1934 between Lucien Febvre and Henri

- Jassemin]. *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 5(59-4bis), 105–130. <https://www.cairn.info/revue-d-histoire-moderne-et-contemporaine-2012-5-page-105.htm> [in French].
- Berk, P. (2015). *Chto takoe kulturalnaia istoriia? [What is the cultural history?]* (I. Polonskaia, Trans.). Vysshiaia shkola ekonomiki [in Russian].
- Duby, G. (1991). Razvitie istoricheskikh issledovaniĭ vo Francii posle 1950 goda [The development of historical research in France after 1950]. In A. Ia. Gurevich (Ed.), *Odissei. Chelovek v istorii. 1991. Kulturno-antropologicheskaia istoriia segodnia [Odysseus. A person in history. 1991. Cultural and anthropological history today]* (pp. 48–59). Nauka [in Russian].
- Dufays, J.-M. (1982). L'histoire de l'historiographie moderne activites internationales et tendances recentes de la recherche (1970–1984) [The history of modern historiography international activities and recent trends in research (1970–1984)]. *BTNG-RBHC*, XV, 3–4, 511–539. https://www.journalbelgianhistory.be/nl/system/files/article_pdf/BTNG-RBHC%2C%2015%2C%201984%2C%203-4%2C%20pp%20511-539.pdf [in French].
- Ivashyna, O. O. (2008). *Zahalna teoriia kultury [General theory of culture]*. Vydavnychiy dim "Kyievo-Mohylianska akademiia" [in Ukrainian].
- Lysakov, P., & Etkind, A. (Eds.). (2006). *Kulturalnye issledovaniia [Cultural studies]*. Izdatelstvo Evropeiskogo universiteta v Sankt-Peterburge [in Russian].
- Mogilnitskii, B. G. (2004). Istoriia na perelome: nekotorye tendentsii razvitiia sovremennoi istoricheskoi mysli [History on the fracture: some tendencies in the development of modern historical thought]. In B. G. Mogilnitskii, I. lu. Nikolaeva, & L. P. Repina (Eds.), *Mezhdistisciplinarnyi sintez v istorii i sotcialnye teorii: teoriia, istoriografiia i praktika konkretnykh issledovaniĭ [Interdisciplinary synthesis in history and social theories: theory, historiography and practice of case studies]* (pp. 5–22). IVI RAN [in Russian].
- Revel, J. (1979). Histoire et sciences sociales: les paradigmes des Annales. *Annales. Economies, sociétés, civilizations*, 34(6), 1360–1376. <https://www.cairn.info/revue-mil-neuf-cent-2007-1-page-101.htm> [in English].
- Revel, J. (n. d.). *Mikroistoricheskii analiz i konstruirovanie sotcialnogo [Microhistorical analysis and construction of social]*. Retrieved October 12, 2020, from http://yakov.works/libr_min/17_r/ev/vel.html [in Russian].
- Rubin, M. (2008). Cultural history I: what's in a name? *Making History*. http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/articles/cultural_history.html [in English].
- Trubnikova, N. V. (2016). *Frantsuzskaia istoricheskaia shkola "Annalov" [French Historical Annales School]*. Kvadriga [in Russian].

UKRAINIAN PROJECT OF CULTURE-BASED STUDIES: ADAPTATION OF THE FRENCH EXPERIENCE

Bohdana Nosenok

PhD student,

ORCID: 0000-0002-3034-9217, e-mail: danyosenock@gmail.com,

Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to identify and characterise the differences between the concepts of “cultural”, “culturological” and “culture-based”, as well as to outline the main methods of culture-based studies in modern French social science. The research methodology of the article is based on the application of interdisciplinary and multidisciplinary approaches to research in the field of culturology. The scientific novelty is to substantiate the appropriateness of applying the term “culture-based studies” to the definition of processes unfolding in the French humanities and associated exclusively with theoretical formations in the context of social sciences and differences from the term “cultural studies”. The concept of “culture-based studies” is introduced into the field of Ukrainian culturology for the first time. Also, for the first time, we have clarified the place and forms for culturology in the French humanities. Conclusions. Working with a source base and methodology is one of the points that are compulsory on the way to solve the tasks, the main of which is the formation of the body of fundamental works for French history (including the history of culture) and historiography of the period since the 1975 year to the present day. On the basis of this body, there is the prospect of building an alternative national culture-based studies project addressed to the vector of the French historiographical, historical-anthropological and cultural-related issues in the field of social knowledge. The article presents the arguments why it is appropriate to use the concept of “culture-based studies” in the context of researching concerning French humanitaristics, in particular, the modern period of its development.

Keywords: “culture-based studies”; “cultural studies”; humanitaristics; history of culture; interdisciplinary; social knowledge

■ УКРАИНСКИЙ ПРОЕКТ КУЛЬТУРАЛЬНЫХ СТУДИЙ: АДАПТАЦИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ОПЫТА

■ Носенок Богдана Эдуардовна

■ *Аспирантка,*

ORCID: 0000-0002-3034-9217, e-mail: danynosenock@gmail.com,

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,

Киев, Украина

■ Аннотация

Цель статьи – выявить и охарактеризовать различия понятий «культурный», «культурологический» и «культуральный», а также определить основные методы культуральных исследований в современной французской социальной науке. Методология статьи исходит из применения междисциплинарного и мультидисциплинарного подходов к исследованиям в области культурологии. Научная новизна статьи заключается в обосновании уместности применения понятия «культуральные исследования» для обозначения процессов, разворачивающихся в рамках французской гуманитаристики. Эти процессы связываются исключительно с теоретическими образованиями в контексте социальных наук, в чем и состоит отличие данного понятия от термина «культурологические исследования». Понятие «культуральных исследований» в поле украинской культурологии вводится впервые. Также впервые было осуществлено уточнение места и форм культурологии во французской гуманитаристике. Выводы. Работа с источниками и методологией является одним из обязательных для исполнения пунктов на пути к решению поставленных задач. Главная из этих задач в данном случае – формирование корпуса основополагающих для французской истории (в том числе и истории культуры) и историографии работ (с 1975-го года и до настоящего времени). На основе данного корпуса существует перспектива построения альтернативного отечественного проекта культуральных исследований, обращенного к вектору французской историографической, историко-антропологической и культурологической проблематики в поле социального знания. В статье приводятся аргументы, почему уместно употреблять понятие «культуральные исследования» в контексте проведения научных изысканий относительно французской гуманитаристики, в частности современного периода ее развития.

■ **Ключевые слова:** «культуральные исследования»; «культурологические исследования»; гуманитаристика; история культуры; междисциплинарность; социальное знание

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221058
УДК 712.36:338.483 (481)

ДОРОГА ЯК ЧАСТИНА КУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТУ НОРВЕГІЇ: ЗМІНА СВІТОГЛЯДНОЇ ПАРАДИГМИ

Сом-Сердюкова Олена Миколаївна

Кандидат мистецтвознавства, доцент,
ORCID: 0000-0001-5196-545X, e-mail: olenasom@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Сом-Сердюкова, О.М. (2020). Дорога як частина культурного ландшафту Норвегії: зміна світоглядної парадигми. *Питання культурології*, (36), 147-155. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221058>.

Анотація

Мета статті – визначити тенденції, особливості та функції доріг Норвегії, що є частиною формування культурного ландшафту. Дослідження побудоване на міждисциплінарному підході та використанні таких методів, як: аналітичний, систематичний, інтерпретаційний, описовий та діахронний – для підкреслення соціально-історичного контексту та розкриття явища дороги як цивілізаційного феномена, де зустрічаються культура і природа у формі діалогу. Наукова новизна роботи полягає у тому, що в ній вперше у вітчизняній науці досліджено феномен Національних туристичних доріг Норвегії, як організаційного чинника культурного ландшафту. Висновки. В сучасній Норвегії до доріг висуваються вимоги: зручності, безпеки, комфорту, етики взаємодії учасників руху, пізнання культурного ландшафту, естетики, видовища. Їх значущість для суспільства активізується, акумулюється та актуалізується. Схарактеризовано найбільш виразні проекти, приділено увагу їх специфіці та оригінальності. Унікальності природи запропоновані унікальні об'єкти дизайну та мистецтва, саме для підвищення її виразності. Проаналізовано різноманітні способи делікатного вторгнення у природу, які демонструють транзитивність культури на тлі вічності. Локальний та міжнародний туризм як форма дозвілля стрімко набирає обертів, а розвиток туристичних доріг стимулює інфраструктуру. Їх функція розуміється через екологію, інформацію, дизайн, мистецтво. Таке ставлення до доріг передбачає не прагматичний підхід, що домінував раніше. Зазначено, що зміни у суспільстві вплинули на розуміння функції дороги. На сучасному етапі її життєдіяльність забезпечується спеціалістами різного профілю та доводить необхідність її розуміння у синтезі логіки, естетики та емоції. Під час дослідження доведено значущість загальнодержавного проекту Норвегії по удосконаленню та розширенню функції дороги. Визначено, що цей досвід за своїм значенням переростає межі національного проекту.

Ключові слова: туристична дорога; культурний ландшафт; дизайн; мистецтво; природа; середовище

Вступ

Протягом останніх двадцяти років у Норвегії здійснюється масштабний проєкт по оснащенню Національних туристичних доріг, значення якого впливає на процес формування культурного ландшафту. Засобами дизайну та мистецтва розширюється функціональна приналежність доріг, що чітко відповідає змінній парадигмі свідомості на зламі XX та XXI ст. Їх значущість для суспільства активізується, акумулюється та актуалізується. Естетизація дороги, насичення її комфортом та додатковими можливостями для споглядання краси природи, розуміння її через призму екологічних проблем, є реаліями Норвегії. Знання цієї практики має допомогти українцям, які чітко обрали Західний вектор розвитку, сформуванню подібне міждисциплінарне ставлення до дороги, як об'єкта культури. Це дасть можливість розвивати інфраструктуру, туризм, музейництво і має відповідати вимогам децентралізації влади.

Д. Гессен (Hessen, 2016) комплексно та системно висвітлює питання, що стосуються змін у ландшафті Норвегії. Культурний ландшафт досліджується у світі актуальних проблем географії, екології, історії та соціології. Особливу увагу приділено «локальній складовій» культурного ландшафту. І дорога, у даному контексті, виконує об'єднуючу функцію від місцевого до загальнодержавного значення. Питанню культурного ландшафту, систематизації вимог до сучасних доріг, означенню соціокультурних особливостей норвежців, приділено увагу у книзі Булла і Норвіка (Bull & Norvik, 2004). Презентація виконаних об'єктів та проєктів, які будуть втілені найближчим часом, подана у каталозі «Туристичні дороги» (Andersen et al., 2016). Аналізуючи особливості норвезького дизайну та його естетичну залежність від краси природи, С. Бенгтсон (Bengtsson & Zetterström, 2011) дає детальну характеристику декількох об'єктів з загальнодержавного проєкту по удосконаленню доріг.

Мета статті

Визначити тенденції, особливості та функції доріг Норвегії, що є частиною формування культурного ландшафту; дослідити як змінюється світоглядна парадигма та їх феноменологія, виходячи з вимог сучасності: безпека, комфорт, екологія, естетика. Завданням є схарактеризувати принципи, за якими проводиться у Норвегії переоснащення доріг; зосередити увагу на реалізації проєкту Національних туристичних доріг; узагальнити досвід включення елементів дизайну та мистецтва, які стають органікою дороги та збагачують культурний ландшафт. У дослідженні було використано такі методи, як: аналітичний, систематичний, інтерпретаційний, описовий та діахронний – для підкреслення соціально-історичного контексту. Вивчення аналітичних джерел та власні спостереження дали можливість розкрити явище дороги як цивілізаційного феномена, де зустрічаються культура і природа у формі діалогу.

Виклад матеріалу дослідження

Норвегія (Norway, Norge) у буквальному розумінні є дорогою на північ. Дорога визначила свідомість країни, закріпила та сформувала націю. Дорога залишається актуальним чинником єдності, добробуту, безпеки та естетичних вра-

жень. З поправкою на те, що у давні часи та у добу Середньовіччя, яке у Норвегії мало затяжний характер, пересування здійснювалося водним шляхом, тобто по морю чи по фіордах. Відповідно інфраструктура країни майже до середини XIX ст. розвивалась вздовж узбережжя, де вхід углиб країни забезпечували рукави фіордів.

Кардинальне переформатування зв'язків та комунікативних з'єднань збіглося з ходом капіталізму та добою модернізму. Розпочиналась епоха «бачення» власної країни з інтер'єрної перспективи. Це поставило нові складні завдання будівництва доріг по всій країні. Розуміючи, що об'єктивна даність ландшафту – це домінанта гірських масивів найрізноманітніших профілів, то амбітне завдання «оселити» дорогу, стало проєктом сторіччя.

Сучасні дороги Норвегії вирізняються бездоганною якістю, ідеальним покриттям, але залишаються складними через нескінченну гнучкість ліній та неможливість їх розширити. Дорога-змія у поєднанні з численними поромами, тунелями та мостами – це даність країни. Особливу виразність відрізняються численні мости. Інженерні конструкції кожного узгоджено з естетичною формулою та вдало вписано у конкретний пейзаж. І ця тенденція наближення до гармонії ліній постійно удосконалюється та наростає. Можна казати, що 1960–1990-ті роки було витрачено на досягнення прагматичної мети: пронизати країну тонким павутинням якісних та безпечних доріг. Це дало змогу утримати децентралізовану модель суспільного існування.

Наступним етапом стала зміна парадигми у напрямку естетичного контенту дороги. В 1993 році головною метою було визначення списку для надання цим шляхам статусу Національних туристичних. Проте передбачалось включити в нього тільки діючі – принципово не будувати нових, штучних, суто туристичних. Це мали бути напрацьовані артерії країни.

Було обрано 18 доріг за принципом «best of the best» з точки зору видовища. Загальна довжина шляхів – 1634 км. На них за планом, протягом 30 років, передбачалось звести 250 зон відпочинку та панорамні майданчики. Більшість з обраних доріг було побудовано у 1880–1940-х роках і вони потребували реконструкції, що й стало частиною плану. «Однією з цілей цього державного проєкту було стимулювання нових підприємців до участі на певних частинах доріг та інвестування в них» (Bengtsson & Zetterström, 2011, s. 73).

За цим планом передбачалось відновлювати всі пошкодження природи та жодним чином не порушувати попередньо створений культурний ландшафт. Філософія цього є розуміння, що елементи природи, які мають важливе значення, разом з формами культури, знаходяться у постійній взаємозалежності та, відповідно, не можуть розглядатися окремо. Історичні свідчення у взаємодії з сучасною естетикою, стають плідним ґрунтом для засвоювання континууму та контенту кожного окремого культурного ландшафту.

Мета загальнодержавного проєкту туристичних доріг була сформульована так: продукт та метод виконання мають бути перфекціоністськими. Базисом програми стало розуміння, що туристична галузь набирає швидких обертів; мотиватором – ставлення норвежців до власної країни та бажання подорожувати нею. Передбачувалось, що проєкт об'єднає всю країну та стане справжнім

національним надбанням. Дорога як головний компонент проєкту у поєднанні з визначною природою, архітектурою та мистецтвом мала сформувати новий погляд на Норвегію. Було зроблено акцент на внутрішньому туризмі, однак поступова реалізація проєкту і його популяризація залучила значну кількість іноземних туристів.

Думати про природу, отримати враження від ландшафту, розвивати екологічність масової свідомості – виховна місія проєкту. «Новітні дослідження вказують, що норвежці зосереджені на збереженні чистої природи, яка є для них найвищим досягненням якості життя. Занурення у чистоту природи, подорож у ліс чи на гору для отримання миру у душі. Те, що ми називаємо життям на свіжому повітрі, практикують дев'ять з десяти норвежців» (Bull & Norvik, 2004, s. 215). І дорога є інструментом для реалізації цих дій.

Розуміння цього проєкту, як важливого чинника формування культурного ландшафту, передбачає планування, будівництво, реконструкцію, поновлення, утримання та збереження дороги і її інфраструктури. Розглядалися різні перспективи її опрацювання: отримання вражень від природи, надання практичних зручностей, відчуття комфорту та задоволення від подорожі. А після її завершення мали залишатися приємні враження, які мотивували б на продовження.

Пілотний проєкт стартував 1997 року. Його здійснили молоді архітектори Ян Улав Йенсен та Карл-Віго Хйолмебак на Старій Стрюнеф'ель дорозі. Ця команда зробила свій внесок в оформлення, зміну середовища засобами інноваційного архітектурного дизайну, який поєднується з природою. Було змінено тенденцію опорядження дороги, як чистого функціонала, на елемент демонстрації високої культури та розуміння естетики природи, коли людська творчість долучається до загальної гармонії та створює культурний ландшафт.

Бюро Jensen & Skodvin реалізувало два проєкти. Зону відпочинку у Ліасанден (район Согнеф'ель) виконано з дерева, що гармонійно поєднується з видом окултуреного соснового лісу. Простота та лаконізм екстер'єрів дерев'яних будиноків з навісами доповнюється очікуваними зручностями цивілізації в інтер'єрі. Численні Z-подібні столи з лавками розміщено за принципом приватності, тобто на певних відстанях один від одного. Другий проєкт – це панорамний майданчик біля водоспаду Відефосен на Старій Стрюнеф'ель дорозі. Тут форма Z багаторазово повторюється у гнучкій стежці до водоспаду, що відкриває різні ракурси для милування могутньою енергією води. Чистота води у природі, можливість пити воду з крана вирізняє сучасну Норвегію з-поміж інших країн. Особливо, якщо згадати контекст нашої планети. «Доступ до води, наявність питної води, підняття рівня води, наростання потопів, обробка відходів та забруднення води, розглядаються як найбільша турбота зламаної планети» (Fitz & Krasny, 2019, p. 17). Матеріали, які використано для цих проєктів говорять мовою природи та співпадають з її колоритом. Це дерево, каміння з втручанням бетону та рустоване залізо. Ці об'єкти існують понад 20 років, проте їх естетика, спрямована на «нову» етику ХХІ ст., виправдала себе у часі. І ця тенденція стала провідною у видозмінах культурного ландшафту в межах усього проєкту.

В районі Фінмарку давні гірські формування, віком понад 3,5 мільярди років. Фактури гір з рельєфами та гротами мають неймовірну колористику хімічних

вкраплень, створену часом та погодними умовами. Тут домінантою є поєднання океану та землі, тобто крива узбережжя. Саме по цій лінії були визначені всі об'єкти естетичної модернізації простору. Вздовж Варангер фіорду компанія «Biotop» у 2014 році облаштувала кабінки для споглядання за птахами. Таке заняття стає медитаційною практикою сучасної людини, порятунком від депресій урбанізованого середовища. Бюро PUSHAK на каменистому узбережжі виконало двосторонні кабінки-лавочки. Заглиблені дерев'яні конструкції нагадують старі телевізори і своїми бортами захищають сидіння від вітру та, частково, дощу. На сірому пісочному узбережжі Селвіка архітектурне бюро Рейлфа Рамстада у 2013 році розмістило складну конструкцію змієподібної форми з сірого бетону. Доріжки, круглі столи, стіни з вирізами у формі кола різних розмірів, закриті та розімкнуті майданчики, всі разом створюють асоціацію з динамікою кільця Удіна. Виключна делікатність входження у ландшафт є визначальною рисою цих проєктів.

Лаконізмом засобів та мінімалізмом естетики вирізняються роботи ландшафтного архітектора Інге Дахлман: це панорамний майданчик на острові Андой (2013), де у відполірованих мармурових сидіннях грає сонце на заході; та панорамний майданчик, кімната відпочинку у формі зрізаної хвилі в Хелога (2006). Особливою виразністю та функціональністю вирізняються легкі сходи, які підводять до океанічних хвиль. Новітній дизайн продемонструвало, як завжди, знамените архітектурне бюро Snøhetta у особливому профілі гір Люфутен на Егумі (2007).

Одним зі знакових місць подорожей Норвегією є дорога Тролів, побудована у неймовірно складному гірському масиві в 1936 році. Тоді це була справжня перемога норвежців над природою, згідно з філософією часу. І король Хокон своєю присутністю на урочистому відкритті засвідчив велич здійсненого. Архітектурне бюро Рейлфа Рамстада у 2012 році виконало розгалужені панорамні дороги-пандуси над урочищем, де в'ється дорога Тролів. Тут історія та сучасність стали партнерами в організації видовища. Деяка частина бордюрів виконана зі скла, що створює ефект розчиненого простору, заповненого хмарами та туманом. Наче політ з точкою замирання над прірвою. Складна конструктивна робота частково виконувалась з гелікоптерів, як і на інших об'єктах.

Крім будівництва естетичної інфраструктури, ще одним завданням проєкту є розміщення на кожній дорозі мистецьких творів. У цьому контексті мистецтво розглядалось як коментар та провокатор думок. Кам'яний куб норвезького художника Кнута Волда було встановлено на дорозі Согнеф'ель у 1996 році. Вага об'єкта 42 тонни і транспортування його гірською дорогою було не простим завданням. Це погляд, як на картину – природа у рамі. Об'єкт став знаковим у мистецькому ландшафті Норвегії.

У 2012 році у Валдерсфлю художники зі Швейцарії Петер Фісчлі і Давид Вейсс сформували об'єкт «Каміння на камінні». На відстані 30 м від дороги лежав звичайний камінь, на нього встановили це один вагою 24 тонни. Побачити витвір можна як з дороги, так і наблизившись до каміння. Інсталяція з двох природних каменів створює ілюзорність грані – це зроблено людиною, чи природою. Художники відмовились зазначати свої імена на об'єкті мистецтва.

Атлантична дорога є неперевершеним видовищем і туристичним атракціоном, це остання кромка Європи. У 2009 році її визнали найкрасивішою у Норвегії. «Ми прокладаємо дорогу у дощі. Вода проступає крізь. Морські хвилі б'ються об каміння, дощ плетється, вкриваючи ландшафт» (Bengtsson & Zetterström, 2011, s. 149). Довжина дороги лише 9 км, вона проходить через низку островів і на ній дійсно підвищена концентрація об'єктів, які індукують пейзаж.

Норвезький художник Ян Фрейчен у 2016 році розмістив вздовж океанічної лінії 39 мармурових фрагментів колони і назвав – Трансатлантична колона. Біля води Атлантики, холод якої передається її кольором, на прорізаному вітром та хвилями узбережжі, лежать фрагменти колони, які кожного європейця відсилають до алюзій Давньої Греції. Тоді як для норвежців це відсилка до Ормен Ланге – корабля Улава Трюгвасона, описаного Снорі Стурлусоном. Дорога, складена з великої кількості реальних мостів, провокує історичні рефлексії та буде фантазійний міст між добою вікінгів та сьогоденням, бо Ормен Ланге, це і назва нафтового родовища. Дійсно, великою мірою ми читаємо картину світу через символи, знаки, асоціації, які є своєрідними дорожніми знаками. І при всій палітрі інтерпретаційного читання, важливо, щоб основні сигнали сприймалися доречно. Це стає випробуванням сучасності у спільному, прозорому інформаційному полі. «Мистецтво уздовж Національних туристичних доріг розповідає мандрівникам неочікувані історії і це додає вражень від ландшафту уздовж дороги. Ці неочікувані ситуації створюють новий простір та можливості для рефлексій. Це ті враження, які подорожуючі можуть переживати довго після завершення самої подорожі» – вважає С. Рьонінг, куратор артпроектів у департаменті туризму (Andersen et al., 2016, s. 255).

Важливо зауважити, що організація цього грандіозного проєкту з корекції культурного ландшафту Норвегії співпала з Національною освітньою програмою, яка акцентується на підвищенні рівня загальних знань та ролі естетичного виховання (Haabesland & Vavik, 2000, s. 90–123).

Висновки

Загальнодержавний проєкт Норвегії по оснащенню Національних туристичних доріг став важливим кроком на шляху формування нового ставлення до інфраструктури. Проаналізовано основні тенденції роботи з середовищем, найбільш визначні об'єкти дизайну та мистецтва, як складових цих доріг. Зазначено, що сучасне розуміння дороги передбачає наявність таких компонентів: безпеки, комфорту, естетики та екології. Підкреслено, що використання екологічних матеріалів, кольорової гами природи, делікатне входження у природне середовище є найбільш актуальною мовою взаємодії людини та природи у контексті XXI ст.

На підставі системного аналізу та комплексного підходу у вирішенні теми вдалось дійти висновку, що зміна світоглядної парадигми у ставленні до дороги у Норвегії дає підстави говорити про здоров'я та життєздатність нації. Естетична якість архітектурних, дизайнерських і мистецьких об'єктів найвищого ґатунку стала важливим компонентом дорожнього концепту, на ряду з рівнем якості,

безпеки та комфорту. Можна констатувати, що дорога привчає до естетизму та належного ставлення до навколишнього середовища.

Національні туристичні дороги ще розвиваються. Проте вже зараз можна бачити значні результати – як об'єкти здаються згідно з планом, якісно, надійно та естетично. Виправдовується формула Вітрувія до архітектури: користь, міцність, краса. Античний світ у цьому сенсі не є забутим. А правила гармонії людини і природи не мають часових та національних обмежень. Вони тільки корелюються часом та простором. Тож проєкт Національних туристичних доріг є своєрідним дзеркалом, у якому відображається Норвегія, теж у розвитку. Проєкт є виразною формою демонстрації її культурного ландшафту, що отримав розголос на міжнародній арені. А ми є свідками реалізації великої стратегічної ідеї, блискучого прикладу зустрічі культури з ландшафтом.

■ Список використаних джерел

- Andersen, J., Hjeltnes, A., Larsen, J. K., Hølmekbakk, S., & Rønning, S. (2016). *Nasjonale turistveger*. Press.
- Bengtsson, S., & Zetterström, J. (2011). *Design by Nature*. Orfeus publishing.
- Bull, T., & Norvik, H. (Red.). (2004). *Norge – portrett av en nasjon*. Dinamo Forlag.
- Fitz, A., & Krasny, E. (2019). *Critical Care. Architecture and Urbanism for a Broken Planet*. MIT Press.
- Haabesland, A., & Vavik, R. (2000). *Kunst og håndverk – hva og hvorfor*. Fagbokforlaget.
- Hessen, D. O. (2016). *Landskap i endring*. Pax forlag.

■ References

- Andersen, J., Hjeltnes, A., Larsen, J. K., Hølmekbakk, S., & Rønning, S. (2016). *Nasjonale turistveger [National tourist roads]*. Press [in Norwegian].
- Bengtsson, S., & Zetterström, J. (2011). *Design by Nature*. Orfeus publishing [in English].
- Bull, T., & Norvik, H. (Red.). (2004). *Norge – portrett av en nasjon [Norway – portrait of a nation]*. Dinamo Forlag [in Norwegian].
- Fitz, A., & Krasny, E. (2019). *Critical Care. Architecture and Urbanism for a Broken Planet*. MIT Press [in English].
- Haabesland, A., & Vavik, R. (2000). *Kunst og håndverk – hva og hvorfor [Arts and crafts – what and why]*. Fagbokforlaget [in Norwegian].
- Hessen, D. O. (2016). *Landskap i endring [Landscape in change]*. Pax forlag [in Norwegian].

THE ROAD AS A PART OF NORWAY'S CULTURAL LANDSCAPE: CULTURE SHIFT

Olena Som-Serdiukova

*PhD in Art Studies, Associate Professor,
ORCID: 0000-0001-5196-545X, e-mail: olenasom@gmail.com,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to describe the trends, particular qualities and functions of Norway's roads which are parts for cultural landscape development. The research methodology is based on a multidisciplinary approach. This allowed the integration of several methods, including analytical, systematic, interpretive, descriptive, and diachronic, to emphasise the socio-historical context and to study a road as a civilisational phenomenon, where culture and nature meet via a dialogue. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time in Ukrainian science, it examines the phenomenon of national tourist roads in Norway as an organisational factor of the cultural landscape. Conclusions. Today in Norway, the roads require convenience, safety, comfort, ethics interaction of road users, knowledge of the cultural landscape, aesthetics and entertainment. Their value for society is activated, accumulated, and actualised. Therefore, it was selected the most impressive examples for the project, where attention is paid to their specificity and originality. Unique items of design and art are offered by corresponding with the uniqueness of nature, precisely to increase its expressiveness. Various methods of subtle visions into nature, demonstrating the transition of culture against the background of eternity have been analysed. Since local and international tourism as a form of leisure time is developing rapidly, it influences the development of tourist roads which stimulates the growth in infrastructure. Their fundamental function is undertaken, and it lies through ecology, information, design, and art. This new form of attitude towards roads does not imply the previously prevailing pragmatic approach. It is noted that changes in society have left a deep imprint, which led to the renewed functions on the road. To solve new approaches, various highly qualified specialists collaborated to achieve the realisation of the idea when the road is combined with logic, aesthetics, and emotions. Their modern solutions got approved, and the Norwegian national project succeeded and expanded the road function. This experience goes beyond the scope of the national project in its significance.

Keywords: tourist road; cultural landscape; design; art; nature; environment

ДОРОГА КАК ЧАСТЬ КУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТА НОРВЕГИИ: ИЗМЕНЕНИЕ МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ

Сом-Сердюкова Елена Николаевна

*Кандидат искусствоведения, доцент,
ORCID: 0000-0001-5196-545X, e-mail: olenasom@gmail.com,
Киевский национальный университет культуры и искусства,
Киев, Украина*

Аннотация

Цель статьи – определить тенденции, особенности и функции дорог Норвегии, которые являются частью формирования культурного ландшафта. Исследование построено на междисциплинарном подходе и использовании таких методов, как: аналитический, систематический, интерпретационный, описательный и диахронный – для подчеркивания социально-исторического контекста и раскрытия явления дороги как цивилизационного феномена, где встречаются культура и природа в форме диалога. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые в отечественной науке исследован феномен Национальных туристических дорог Норвегии, как организационного фактора культурного ландшафта. Выводы. В современной Норвегии к дорогам предъявляются требования: удобства, безопасности, комфорта, этики взаимодействия участников движения, познания культурного ландшафта, эстетики, зрелища. Их значимость для общества активизируется, аккумулируется и актуализируется. Охарактеризованы наиболее выразительные проекты, уделено внимание их специфике и оригинальности. Уникальности природы предложены уникальные объекты дизайна и искусства, именно для повышения ее выразительности. Проанализированы различные способы деликатного вторжения в природу, демонстрирующие транзитивность культуры на фоне вечности. Локальный и международный туризм как форма досуга стремительно набирает обороты, а развитие туристических дорог стимулирует инфраструктуру. Их функция понимается через экологию, информацию, дизайн, искусство. Такое отношение к дорогам предполагает не прагматичный подход, который доминировал раньше. Отмечено, что изменения в обществе повлияли на понимание функции дороги. На современном этапе ее жизнедеятельность обеспечивается специалистами различного профиля и доказывает необходимость ее понимания в синтезе логики, эстетики и эмоции. В ходе исследования доказана значимость общегосударственного проекта Норвегии по усовершенствованию и расширению функции дороги. Определено, что этот опыт по своему значению перерастает границы национального проекта.

Ключевые слова: туристическая дорога; культурный ландшафт; дизайн; искусство; природа; среда

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221059
УДК 7.025.4:719

РЕСТАВРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ І ГЛОБАЛЬНІ ЗАГРОЗИ: ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ

Рішняк Олег Богданович

*Реставратор, керівник відділу реставрації живопису,
ORCID: 0000-0002-2423-4843, e-mail: olegrishnyak@ukr.net,
Український регіональний спеціалізований
науково-реставраційний інститут «Укрзахідпроектреставрація»,
пл. Соборна, 3а, Львів, Україна, 79008*

Для цитування:

Рішняк, О.Б. (2020). Реставраційна діяльність і глобальні загрози: трансформації теоретичних концепцій. *Питання культурології*, (36), 156-165. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221059>.

Анотація

Метою статті є виявлення залежності збереження об'єктів культурної спадщини від їхньої суспільної цінності та висвітлення світових тенденцій розвитку реставраційної галузі. В методології використано загальнонаукові методи теоретичного дослідження, а також загальнологічні наукові методи аналізу, порівняння та пояснення. Комплексний підхід упредметнений у використанні методів вивчення історичних фактів, підтверджених різними джерелами. Наукова новизна роботи полягає у дослідженні трансформацій реставраційних теоретичних концепцій, зумовлених глобальними економічними та політичними процесами. Розкрито залежність збереження творів мистецтва від їхньої соціальної цінності та підкреслено, що наукова значущість пам'ятки не завжди є достатнім аргументом для її збереження. Висновки. У статті розглянуто реставраційну діяльність як складову культурного життя соціуму та визначено поняття суспільної цінності об'єктів мистецтва як її ідеологічну надбудову. Окреслено глобальні загрози для збереження світової культурної спадщини, досліджено впливи політичних та економічних чинників на схоронність об'єктів мистецтва. Звернено увагу на неоднозначність трактувань основних понять реставраційної науки представниками різних культур та необхідність створення універсальної пам'яткоохоронної доктрини. Репрезентовано альтернативні концепції теорії реставрації. Зазначено, що з огляду на небезпеки та виклики сьогодення, необхідно переосмислювати усталені постулати реставраційної діяльності, шукати ефективні моделі інтеграції пам'яток в сучасний культурний контекст.

Ключові слова: реставрація; реставраційна діяльність; теорія реставрації; пам'ятка; об'єкт культурної спадщини

Вступ

Розвиток української реставраційної науки є неможливим без розуміння широкого діапазону світових процесів, що впливають на формування сучасної теорії реставрації. Глобальні загрози збереженню світової культурної спадщини вимагають переосмислення базових принципів реставраційної діяльності, пошуку нових концепцій та доктрин. Розуміння тенденцій розвитку світової пам'яткоохоронної галузі позитивно вплине на вирішення практичних завдань вітчизняної реставрації.

Небезпеки, що нависли над матеріальними об'єктами культурної спадщини зумовили пошуки нових теоретичних підходів до питань збереження та реставрації, основою яких стало поняття суспільної цінності пам'ятки. Це значення досліджувалось в працях В. Цитовича (2004), Ю. Боброва (2004). Витоки «західної» реставраційної доктрини вивчав А. Томашевський (1997). Важливий науковий внесок зробила В. Белозьорова (1995), запропонувавши типологічні моделі реставраційної діяльності. Проблемам збереження світової культурної спадщини присвятили свої дослідження Д. Ловенталь (Лоуэнталь, 2004), Дж. Стонер (Stoner, 2005), К. Кемерон (2017). Альтернативні теоретичні розробки та реставраційні концепції репрезентував С. Муньос-Віньяс (Muñoz-Viñas, 2002, 2005).

Мета статті

Виявити залежність збереження об'єктів культурної спадщини від їхньої суспільної цінності, окреслити загрози, пов'язані зі світовими процесами глобалізації, позначити нові теоретичні концепції у пам'яткоохоронній галузі, висвітлити світові тенденції розвитку реставраційної діяльності. В методології використано загальнонаукові методи теоретичного дослідження, а також загальнологічні наукові методи аналізу, порівняння та пояснення. Комплексний підхід упредметнений у використанні методів вивчення історичних фактів, підтверджених різними джерелами.

Виклад матеріалу дослідження

Реставраційну діяльність як діяльність людини, спрямовану на збереження результатів творчої праці попередніх поколінь, неможливо розглядати поза процесом розвитку світової культури. Адже саме культура є наслідком всієї історії людської діяльності, своєрідною багатофункціональною інфраструктурою для існування людства.

У сучасній науці реставраційна діяльність розглядається у контексті динаміки культури, ідея якої в науковий обіг була введена ще у 1930-х роках ХХ століття (Сорокин, 1992).

Цей термін визначає зміни у світовій культурі, як результат взаємодії різноманітних культур, що характеризуються цілісністю та упорядкованістю тенденцій, де сумісні дії учасників процесу відбуваються в одному хронологічному і культурному просторі, та передбачають часову взаємодію між теперішнім і минулим. Саме така взаємодія або «спадкоємність», «можлива лише за умови збереження самих матеріальних носіїв – пам'яток культури. При цьому відбувається включення пам'яток минулого в контекст сучасної культури» (Бобров, 2004, с. 69).

Виходячи з такої настанови, реставраційна діяльність є ніщо інше, як спосіб фізичної реалізації процесу культурної спадкоємності. Цей вид людської діяльності спрямований не тільки на збереження матеріальних, а й духовних складових об'єктів мистецтва, і є важливим чинником забезпечення комунікативної та інформаційної функцій культури. Відреставровані твори, що переходять від покоління до покоління, несуть у собі безцінну інформацію не лише про технічні можливості, а й про всі інші аспекти культурного розвитку – мистецький, соціальний, політичний та інші. У загальнокультурному процесі реставраційна діяльність розглядається не лише як сукупність наукових, технічних і художніх заходів, тобто односторонніх впливів суб'єкта на об'єкт, а як особливий вид людської діяльності, що є процесом активної взаємодії суб'єкта з об'єктом.

Реставрація як самостійна наукова дисципліна виокремилась на зламі XIX–XX століть. Результатом наукових напрацювань стала низка міжнародних та національних документів, хартій, декларацій, законів та норм, у яких були прописані основні поняття та головні принципи реставраційної діяльності. Слід зауважити, що більшість міжнародних правових актів, прийнятих у першій половині XX століття насамперед стосувалась архітектурних пам'яток. Проте загальні принципи, зафіксовані в цих документах, стали базовими при розробці положень щодо реставрації інших видів об'єктів культурної спадщини. Так, «Міжнародна хартія з охорони та реставрації нерухомих пам'яток і визначних місць (Венеційська хартія)» (1964) стала ідеологічною основою для прийняття низки інших міжнародних та національних документів у сфері збереження та реставрації пам'яток ("Міжнародна хартія", 2009, с. 334–336).

Реставраційна діяльність, як будь-яка інша праця людини в соціальному середовищі, невіддільно поєднана з усіма аспектами сучасного життя: політикою, економікою, наукою, культурою. Незважаючи на її специфіку, виражену в одночасному спрямуванні реставраційної справи у минуле, теперішнє та майбутнє, в поєднанні об'єктивістських наукових принципів із суб'єктивною шкалою цінностей та творчих підходів (Цитович, 2004), вона є залежною від різноманітних суспільних процесів, не завжди безпосередньо пов'язаних з культурною спадщиною. Суспільство формує соціальний запит на реставраційну діяльність і визначає основні її завдання. У цьому контексті реставратору відводиться роль виконавця певного соціального замовлення, мотивом якого завжди є суб'єктивний ціннісний підхід.

Розглядаючи реставраційну діяльність як складову культурного життя суспільства, світовій пам'яткоохоронній галузі необхідно окреслити найхарактерніші глобальні проблеми і загальні тенденції для їх вирішення.

Поняття суспільної цінності, що є своєрідною надбудовою реставраційної діяльності та визначає її мотив, сьогодні великою мірою залежить від політичного й економічного аспектів. Політичний аспект базується на відношенні тих чи інших суспільних формацій до творів минулого. Оскільки об'єкти культурної спадщини у широкому розумінні є матеріальним виявом багатовікової історії та духовності народів, то політика окремих соціальних груп стосовно культурних артефактів часто є неоднозначною. Політичні мотиви можуть активувати реставраційну діяльність з метою збереження або виключати з суспільної свідомо-

сті значні культурні пласти. Більшовицька «культурна зачистка» у першій половині XX століття, заради торжества комуністичної ідеології, вилпилась в масове нищення культурної спадщини багатьох народів. XXI століття також багате прикладами руйнування визначних творів світової культури з політичних чи релігійних мотивів. Серед найбільш значущих – знищені статуї Будди в Баміанській долині (Афганістан, 2001), мавзолеї святих суфіїв у м. Тімбукту (Малі, 2012), пам'ятки Пальміри (Сирія, 2015) (Кемерон, 2017).

Засудження комуністичної ідеології та процес декомунізації, як політичний чинник, також торкнулись багатьох мистецьких творів доби тоталітаризму. Були демонтовані з первісних місць розташування та перенесені у музеї пам'ятники Подяки радянським солдатам у Щецині та Варшаві (Польща, 2017, 2020), маршалу І. Конєву в Празі (Чехія, 2020), триває суспільна дискусія про долю монумента М. Щорсу в Києві. Багато високохудожніх творів, створених талановитими художниками, яким довелось працювати в умовах тоталітарного режиму, можуть бути втрачені через їх ідеологічне забарвлення. З іншого боку, світові політичні процеси кінця XX століття такі, як падіння Берлінської стіни, розпад Радянського Союзу, конфлікт на Балканах, змістили поняття цінності культурної спадщини в сторону їхніх символічних значень. Саме в контексті нематеріальної цінності відбувались реставраційні відтворення моста в м. Мостарі (Боснія та Герцеговина, 2004), соборів Фрауенкірхе в Мюнхені та Дрездені (Німеччина, 1994, 2005). Політична воля та бажання українського суспільства повернути свої втрачені духовні символи були причинами відбудови Михайлівського Золотоверхого (1998) та Успенського соборів (2000) у Києві, Володимирського собору в Севастополі (2004) та багатьох інших.

Сьогодні все очевиднішою є перевага економічних інтересів над культурними цінностями. Великі інфраструктурні проєкти вимагають дедалі більшого простору для нового будівництва, спричиняючи руйнування як окремих пам'яток, так і цілих історичних територій. Якщо у 1960-х затоплення археологічної зони Нубії (Єгипет) при будівництві Асуанської греблі мало широкий міжнародний резонанс, то знищення 2020 року аналогічним способом пам'яток Хасанкейфа – одного з найстаріших заселених міст на Землі, трактувалось, як внутрішня справа Туреччини. Вже розпочато будівництво греблі Діамер-Бхаша в Пакистані, що прогнозовано спричинить затоплення значної території вздовж Каракорумського шосе, відомої скелями та валунами, що містять цінні петрогліфи согдійської, скіфської та тибетської епох. Невідворотні процеси урбанізації змінюють архітектурне середовище міст. Нове будівництво в міських історичних ареалах стало звичним явищем. Задля досягнення сучасних стандартів комфорту, історичні будівлі піддаються агресивним реконструкціям та модернізаціям.

Глобальною небезпекою для пам'яток виявився масовий культурний туризм. Індустрія туризму, розглядаючи об'єкти культурної спадщини як джерело прибутку, не вимагає повною мірою ні правди, ні автентичності. Позитивне, за своєю суттю, суспільне явище, що давало можливість широкій аудиторії знайомитись зі світовою культурною спадщиною та осягати духовні багатства світової цивілізації, через непомірну комерціалізацію процесу применшило свою інтелектуальну складову. У контексті великого бізнесу пам'яткам відведено роль

яскравих декорацій для відпочинкових шоу, за які глядач готовий платити гроші. Як приклади, можна згадати облаштування «Лабораторії алхіміка» у підвалах Підгорецького замку (Львівщина) чи нічні екскурсії підземеллями Львова, з театралізованими постановками та містичними розповідями, що звучать з уст екскурсоводів. Як влучно зауважив американський історик Д. Ловенталь (Лоуэнталь, 2004): «Минуле – це чужа країна, в яку поринув цілий потік туристів. Минуле випробовує на собі всі звичні наслідки популярності. Що більше його цінують саме в собі, то менш реальним та достовірним воно стає» (с. 13). Незважаючи на це, розвиток туристичної галузі сприймається як позитивний економічний чинник і аргумент на користь збереження пам'яток, можливість їхнього включення у сучасний культурний простір. «Реставраторам <...> треба дивитись на збереження значно ширше, враховуючи приналежність пам'яток до певної культури і умови економічного виживання у XXI столітті» (Stoner, 2005).

Проблема забруднення довкілля, що традиційно розглядалась у контексті охорони здоров'я та життєдіяльності, сьогодні також торкнулась збереження пам'яток. Шкідливі гази й агресивні хімічні домішки в складі атмосферного повітря призводять до руйнації пам'яток архітектури (Цигичко, 2012).

Глобальні загрози сучасності визначили необхідність пошуку універсальної пам'яткоохоронної доктрини, яка б стала в однаковій мірі прийнятною для усіх країн світу. Концепція єдиного культурного простору загострила кризу західної філософії збереження, яка головним чином ґрунтується на автентичності матеріальної сутності. Джерелом цієї світоглядної парадигми стала християнська традиція культу мощів святих та реліквій античної архітектури, справжність яких визначалась виключно автентичністю матеріальних структур (Tomaszewski, 1997, с. 103). Натомість для народів Далекого Сходу матеріальна достовірність творів не має визначального значення. Поняття автентичності там перш за все пов'язується з художньою формою, символічністю значень, духовним змістом (Бобров, 2004, с. 14). Розбіжності в підходах до збереження пам'яток виявились настільки разючими, що 1994 року питанням автентичності було присвячено конференцію в м. Нарі (Японія), на якій поняття автентичності форми було прирівняне до автентичності матеріалу. В контексті реставраційної діяльності радикальність Нарського документу виявилась лише на папері. У «західній» реставраційній практиці відбудови та відтворення зруйнованих пам'яток у їхніх первісних формах з політичних, патріотичних, релігійних та інших мотивів були і залишаються поширеним явищем.

Водночас із пошуком нових рішень практичних завдань реставрації, починається формування і нової теоретичної бази, яка була б універсальною щодо збереження творів різних видів мистецтв і предметів, які є культурними цінностями. Ще у 1995 році В. Белозорова виокремила дві типологічні моделі сучасних напрямів у реставрації. Автор стверджує, що перша типологічна модель «приймає принцип, згідно з яким духовна субстанція пам'ятки незнищенна і може постійно відроджувати втрати в складі свого матеріального втілення і так продовжувати існування пам'ятки в часі» (Белозорова, 1995, с. 7). Згідно з другим варіантом «духовна субстанція пам'ятки невіддільна від свого матеріального втілення і з часом зникає разом із руйнуванням авторської форми» (Белозорова, 1995,

с. 7). Обидві моделі об'єднують два аспекти – це визнання, що історичні на шарування можуть мати окремий науковий інтерес і що будь-які реставраційні операції вносять непоправні зміни в матеріальну структуру пам'ятки (Белозерова, 1995, с. 11–12). Теорія наукової реставрації здебільшого використовує другу типологічну модель. І хоча в науковому просторі існує думка, що «твердження про можливість двох точок зору на цілі і завдання реставрації – це розмивання її наукових принципів» (Зверев, 2005, с. 24), все ж дослідниця визнає, що в певних ситуаціях, коли цього вимагають політичні чи символічні пріоритети, може бути оправдане застосування і першої моделі.

Розвиваючи ідею соціалізації збереження культурної спадщини, С. Муньос-Віньяс у 2005 році порушив питання суспільного компромісу у сучасній теорії реставрації, запропонувавши термін «адаптивна етика» (Muñoz-Viñas, 2005, с. 209). Ця концепція пропонує розглядати реставраційну діяльність не лише як взаємодію суб'єкта з об'єктом, але і як форму діалогу для врахування інтересів всіх зацікавлених сторін. Такими учасниками, крім науковців та працівників пам'яткоохоронної сфери, можуть бути представники різних соціальних груп, наприклад, менеджери туристичної індустрії, ресторанного та готельного бізнесу, економісти, користувачі чи власники творів мистецтва.

Основна ідея нового бачення полягає в тому, що будь-який процес збереження повинен відбуватися не лише заради об'єктів мистецтва, а й для суб'єктів, як окремих осіб, так і суспільних угруповань. Це кардинально відрізняє нову концепцію від всіх попередніх теоретичних напрацювань в галузі охорони пам'яток. Завдання наукової спільноти полягає в інтерпретації значення об'єктів культурної спадщини для решти суспільства (Muñoz-Viñas, 2005, с. 209). Під впливом нових поглядів у науці формується таке поняття, як «переговорна реставрація», згідно з яким рішення про заходи з охорони пам'яток не повинні нав'язуватися, а лише погоджуватися між зацікавленими суб'єктами (Muñoz-Viñas, 2002, с. 30).

Проте у пам'яткоохоронному середовищі існує розуміння того, що ідея соціалізації збереження потенційно несе у собі серйозні ризики відходу від наукової методології і створює низку загроз для об'єктів культурної спадщини. Тому на противагу цій ідеї постає концепція «сталого збереження», що передбачає пристосування мистецьких об'єктів з огляду на користувачів у майбутньому. У запропонованій концепції головна роль відводиться саме користувачам з майбутнього і від їхнього імені повинні виступати сьгоднішні експерти (Muñoz-Viñas, 2002, с. 31).

Отже, сучасна теорія реставрації ще остаточно не сформована і перебуває в процесі активного наукового становлення. Існуючі нові наукові розробки намагаються не лише методологічно проаналізувати шляхи розвитку галузі, а й спрогнозувати майбутні напрями. Світові процеси глобалізації все більше впливають на сферу культурної спадщини, що за сучасним визначенням включає «всі об'єкти, будівлі та середовища, які суспільство наділяє особливими естетичними, художніми, документальними, екологічними, історичними, науковими, соціальними чи духовними цінностями і становлять матеріальне та культурне надбання, що повинно передаватись наступним поколінням» (European Confederation of Conservator-Restorers' Organisations, 2001, с. 39).

Висновки

У статті досліджено залежність реставраційної діяльності як форми збереження матеріальних об'єктів культурної спадщини від соціальних, політичних, економічних чинників. З'ясовано, що саме політичні чинники, з одного боку, призвели до масштабних руйнувань пам'яток в зонах військових конфліктів, а з іншого стали причиною відтворення великої кількості мистецьких об'єктів у різних частинах світу. Показано, що вагомими чинниками, які впливають на збереження культурної спадщини, є економічні пріоритети у розвитку різних країн. Економічне підґрунтя мають такі небезпеки, як великі інфраструктурні проекти на історичних територіях, урбанізація, екологічне забруднення, культурний туризм. У цьому контексті поняття суспільної цінності стає визначальним засобом збереження, що формує мотив реставраційної діяльності, відводячи реставратору роль виконавця суспільного замовлення.

Засвідчено, що глобальні загрози вимагають нових теоретичних підходів до питань збереження та реставрації об'єктів культурної спадщини, а також нестандартних практичних рішень. Відбувається переосмислення базових принципів реставраційної науки та пошук нових теоретичних моделей, які б більшою мірою відповідали потребам сучасності. В питаннях охорони культурної спадщини визначальним чинником стає суспільна значущість об'єкта мистецтва, його загальнокультурний контекст. Тільки інтеграція творів минулого в сучасне політичне, економічне та культурне життя може бути запорукою їхнього довготривалого збереження.

Список використаних джерел

- Белозерова, В. Г. (1995). Анализ типологических моделей современных направлений в реставрации. *Художественное наследие: хранение, исследование, реставрация*, 16, 4–18.
- Бобров, Ю. Г. (2004). *Теория реставрации памятников искусства: закономерности и противоречия*. Эдсмит.
- Зверев, В. В. (2005). Реставрация: слово и термин. *Художественное наследие: хранение, исследование, реставрация*, 22, 19–25.
- Кемерон, К. (2017). Нужно ли восстанавливать всемирное наследие? *Курьер ЮНЕСКО*, 2, 56–59.
- Лоуэнталь, Д. (2004). *Прошлое – чужая страна* (А. Говорунов, Пер.). Владимир Даль. Русский остров.
- Міжнародна хартія з охорони та реставрації нерухомих пам'яток і визначних місць (Венеційська хартія). (2009). В *Пам'яткознавство: правова охорона культурних надбань* (с. 334–336). Інститут культурології Академії мистецтв України.
- Сорокин, П. (1992). *Человек. Цивилизация. Общество*. Политиздат.
- Цигичко, С. П. (2012). *Екологія в архітектурі і містобудуванні*. Харківська національна академія міського господарства.
- Цитович, В. І. (2004). Реставрація між парадигмою і теорією. *Пам'ятки України: історія та культура*, 2, 30–57.
- European Confederation of Conservator-Restorers' Organisations. (2001). *Recommendation and Guidelines for the adoption of common principles regarding the conservation-*

restoration of cultural heritage in Europe. http://www.ecco-eu.org/fileadmin/assets/documents/Others/APELRecommendation_and_Guidelines.pdf.

Muñoz-Viñas, S. (2002). Contemporary theory of conservation. *Reviews in Conservation*, 3, 25–34.

Muñoz-Viñas, S. (2005). *Contemporary Theory of Conservation*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Stoner, J. H. (2005). Changing Approaches in Art Conservation: 1925 to the Present. In *Scientific Examination of Art: Modern Techniques in Conservation and Analysis* (pp. 40–57). <https://www.nap.edu/read/11413/chapter/5>.

Tomaszewski, A. (1997). Na przełomie tysiącleci: międzynarodowa sytuacja konserwacji zabytków. *Ochrona Zabytków*, 50(2), 103–109.

References

Belozerova, V. G. (1995). Analiz tipologicheskikh modelei sovremennykh napravlenii v restavratsii [Analysis of typological models of modern trends in restoration]. *Khudozhestvennoe nasledie: khranenie, issledovanie, restavratsiya*, 16, 4–18 [in Russian].

Bobrov, Yu. G. (2004). *Teoriya restavratsii pamyatnikov iskusstva: zakonmernosti i protivorechiya* [Theory of restoration of monuments of art: patterns and contradictions]. Edsmit [in Russian].

Cameron, C. (2017). Nuzhno li vosstanavlivat' vsemirnoe nasledie? [Do we need to restore the world heritage?] *The UNESCO Courier*, 2, 56–59 [in Russian].

European Confederation of Conservator-Restorers' Organisations. (2001). *Recommendation and Guidelines for the adoption of common principles regarding the conservation-restoration of cultural heritage in Europe*. http://www.ecco-eu.org/fileadmin/assets/documents/Others/APELRecommendation_and_Guidelines.pdf [in English].

Lowenthal, D. (2004). *Proshloe – chuzhaya strana* [The Past is a Foreign Country]. Vladimir Dal. Russkii ostrov [in Russian].

Mizhnarodna khartiia z okhorony ta restavratsii nerukhomykh pam'iatok i vyznachnykh mist (Venetsiiska khartiia) [International charter for the conservation and restoration of monuments and sites (The Venice Charter)]. (2009). In *Pamiatkoznavstvo: pravova okhorona kulturnykh nadban*. Institute for Cultural Research of the National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].

Muñoz-Viñas, S. (2005). *Contemporary Theory of Conservation*. Elsevier Butterworth-Heinemann [in English].

Muñoz-Viñas, S. (2002). Contemporary theory of conservation. *Reviews in Conservation*, 3, 25–34 [in English].

Sorokin, P. (1992). *Chelovek. Tsvivilizatsiya. Obshchestvo* [Man. Civilization. Society]. Polytyzdat [in Russian].

Stoner, J. H. (2005). Changing Approaches in Art Conservation: 1925 to the Present. In *Scientific Examination of Art: Modern Techniques in Conservation and Analysis* (pp. 40–57). <https://www.nap.edu/read/11413/chapter/5> [in English].

Tomaszewski, A. (1997). Na przełomie tysiącleci: międzynarodowa sytuacja konserwacji zabytków. *Ochrona Zabytków*, 50(2), 103–109 [in Polish].

Tsyhyhchko, S. P. (2012). *Ekolohiia v arkhitekturi i mistobuduvanni* [Ecology in architecture and urban planning]. O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv [in Ukrainian].

Tsytovykh, V. I. (2004). Restavratsiia mizh paradyhmoi i teoriieiu [Restoration of the paradigm and theory]. *Pam'iatky Ukrainy: istoriia ta kultura*, 2, 30–57 [in Ukrainian].

Zverev, V. V. (2005). Restavratsiya: slovo i termin [Restoration: a word and a term]. *Khudozhestvennoe nasledie: khranenie, issledovanie, restaratsiya*, 22, 19–25 [in Russian].

RESTORATION ACTIVITY AND GLOBAL THREATS: TRANSFORMATIONS OF THEORETICAL CONCEPTS

Oleh Rishniak

*Restorer, Head of the Painting Restoration Department,
ORCID: 0000-0002-2423-4843, e-mail: olegrishnyak@ukr.net,
Ukrainian Regional Specialized Research and Restoration Institute "Ukrzakhidproektrestavratsiia",
Lviv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to study the dependence of the cultural heritage objects preservation on their social value and highlight the global trends in the restoration industry. The research methodology applies the general scientific methods of theoretical research, as well as general logical scientific methods of analysis, comparison and explanation. An integrated approach consists in the use of the methods of studying of the historical facts, confirmed by various sources. The scientific novelty of the work lies in the study of transformations of restoration theoretical concepts due to global economic and political processes. The dependence of the preservation of works of art on their social value is revealed and it is emphasized that the scientific significance of the monument is not always a sufficient argument for its preservation. Conclusions. The article considers the restoration activity as a component of the cultural life of modern society and defines the concept of the social value of art objects as its ideological superstructure. The author of the article defines the global threats to the preservation of the world cultural heritage and studies the influences of political and economic factors on the preservation of art objects. Particular attention is paid to the ambiguity of interpretations of the basic concepts of restoration science by representatives of different cultures and the need to create a universal heritage protection doctrine. Alternative concepts of modern restoration theory are presented. The author points out that considering the dangers and challenges of our time, it is necessary to rethink the established postulates of restoration activities, to look for effective models for cultural heritage integration into the modern cultural context.

Keywords: restoration; restoration activities; restoration theory; monument; an object of cultural heritage

РЕСТАВРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ: ТРАНСФОРМАЦИИ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ

Ришняк Олег Богданович

*Реставратор, руководитель отдела реставрации живописи,
ORCID: 0000-0002-2423-4843, e-mail: olegrishnyak@ukr.net,
Украинский региональный специализированный научно-реставрационный институт
«Укрзахидпроектреставрація»,
Львов, Украина*

Аннотация

Целью статьи является исследование зависимости сохранения объектов культурного наследия от их общественной ценности и освещение мировых тенденций развития реставрационной отрасли. В методологии использованы общенаучные методы теоретического исследования, а также логические научные методы анализа, сравнения и объяснения. Комплексный подход проявился в использовании методов изучения исторических фактов, подтвержденных различными источниками. Научная новизна работы заключается в исследовании трансформаций реставрационных теоретических концепций, обусловленных глобальными экономическими и политическими процессами. Раскрыта зависимость сохранения произведений искусства от их социальной ценности и подчеркнуто, что научная значимость памятника не всегда является достаточным аргументом для его сохранения. Выводы. В статье рассмотрена реставрационная деятельность как составляющая культурной жизни социума и определено понятие общественной ценности объектов искусства как ее идеологическая надстройка. Определены глобальные угрозы для сохранения мирового культурного наследия, исследованы влияния политических и экономических факторов на сохранность объектов искусства. Обращено внимание на неоднозначность трактовок основных понятий реставрационной науки представителями различных культур и необходимость создания универсальной доктрины охраны памятников. Представлены альтернативные концепции теории реставрации. Отмечено, что учитывая опасности современности, необходимо переосмысливать устоявшиеся постулаты реставрационной деятельности, искать эффективные модели интеграции памятников в современный культурный контекст.

Ключевые слова: реставрация; реставрационная деятельность; теория реставрации; памятник; объект культурного наследия

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221061
УДК 930.85:17.022.1:929.731(37+38)

ФОРМУВАННЯ ЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ В РИМСЬКІЙ ІМПЕРІЇ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

Данилиха Наталія Романівна

Кандидат історичних наук,
ORCID: 0000-0003-3363-6198, e-mail: natalia.danylykha@ukr.net,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Валова, 18, Львів, Україна, 79008

Для цитування:

Данилиха, Н.Р. (2020). Формування етичних цінностей в Римській імперії як культурологічний феномен. *Питання культурології*, (36), 166-176. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221061>.

Анотація

Мета статті – дослідження впливу культурно-психологічної мотивації на формування етичних цінностей в Римської імперії. У статті визначено основні чинники впливу внутрішнього та зовнішнього середовища Римської імперії на формування етичних цінностей римського імператора. Актуальним є формування комплексу ідей, уявлень та цінностей суспільства давнього Риму на основі синтезу різних культур, пропаганди, створення іміджу та реформи моралі. Методологія дослідження полягає у вивченні процесів розвитку античної традиції з позиції аналізу морально-психологічних мотивів. У дослідженні також були застосовані методи історизму, аналізу, синтезу, структурний та проблемно-хронологічний для вивчення механізмів формування римського менталітету доби правління Августа. Наукова новизна. З'ясовано еволюцію формування етичних цінностей та реконструйовано систему цінностей, якими керувалася римська еліта. Висновки. Вважаємо, що уявлення про римлян як військових стратегів в сучасному сенсі, які керувалися при прийнятті рішень оцінкою військової, політичної і економічної інформації, є ілюзією, створеною римською пропагандою. Тому основним чинником, що дозволяє з'ясувати еволюцію механізмів функціонування зовнішньої політики імперії, є вивчення проблем формування римського менталітету доби правління Августа. Доведено, що впродовж I–II ст. н. е. відбувся синтез елліністичної та римської літературної традиції, основними етичними рисами якої стала грецька «універсальність» та римська «стабільність». Відкритість для культурних контактів римських інтелектуалів сприяла формуванню таких етичних цінностей, як: гідність, скромність, постійність, схильність до самозречення. Наголошено, що на засадах змішаного устрою основними світоглядними позиціями стають «велика рівність» та реформа моралі, яка може бути проведена тільки керівником (імператором), здатним відновити державу в умовах кризи, внаслідок власних громадянських та моральних чеснот. В її основі лежала турбота про статус та

«гідність» імперії. Тому, дії римлян потрібно трактувати з позиції «великої стратегії», яка являє собою комплекс політичних ідей, уявлень та цінностей.

■ **Ключові слова:** римський імператор; етичні цінності; римське суспільство; менталітет; історична традиція

■ Вступ

Центральне місце у формуванні менталітету етносоціальних уявлень займають образи власної та інших етнічних груп. Саме вони складають головний зміст етнічної ідентифікації як когнітивно-мотиваційне ядро самосвідомості (Стефаненко, 1999, с. 242). Етнічні стереотипи мають емоційно-оціночний характер, криються в підсвідомості і не завжди піддаються логічному поясненню. При цьому, саме менталітет правлячих еліт стає вирішальним чинником у відносинах на рівні держав. І хоча політичні погляди правлячих еліт можуть суттєво відрізнятися від реальних інтересів більшості населення, але вона може нав'язати свої позиції використовуючи механізм пропаганди. Якщо в попередніх історико-філософських уявленнях його інтерпретація була в зародковому стані і підмінялася загальними схемами економічної та історико-культурної теорії, то тепер, можемо стверджувати, що позиція цих схем має суттєві недоліки.

Для розуміння сучасних процесів актуальним є реконструкція формування системи цінностей римської еліти, адже зміна державного ладу, синтез різних культур, використання пропаганди (до речі, блискуче вигаданого саме першим римським імператором), створення іміджу, реформа моралі, «велика рівність» та «велика стратегія» – усе це є комплексом ідей, уявлень та цінностей суспільства давнього Риму.

Впродовж ХХ ст. існувало хибне модерністське намагання розкривати політику Римської імперії через тезу про складну геополітичну гру. З'являються розвідки, в яких, на основі аналізу різноманітного кола джерел, проводиться комплексний аналіз впливу географічних, військово-стратегічних, економічних та морально-психологічних мотивів під час прийняття політичних рішень керівництвом імперії в період принципату (Mattern, 1999). Проте вже наприкінці століття ряд науковців справедливо стверджував, що весь період розвитку I ст. засвідчує лише боротьбу за збереження іміджу держави (Mattern, 1999, р. XI–XII).

Так, наприкінці 90-х років ХХ – початку ХХІ ст. з'являються дослідження, присвячені міжгруповій ворожості у взаєминах різних народів і культур, протистоянню і взаємопроникненню античної цивілізації та варварського світу з його самотутньою культурою, еволюції світобачення і понять в епоху римського панування (Никишин, 1999; 2002). Розглядається формування в освічених греко-римських колах уявлень про те, яким має бути найкращий принцепс, й про імператорську владу загалом (Вержбицкий, 2003; Шалимов, 2000).

Однак, недостатньо вивченими залишаються питання формування римського менталітету доби правління Августа та його вплив на механізми функціонування зовнішньої політики імперії.

■ Мета статті

Метою роботи є розгляд впливу культурно-психологічної мотивації на формування етичних цінностей Римської імперії. Методологія дослідження полягає у вивченні процесів розвитку античної традиції з позиції аналізу морально-психологічних мотивів. У дослідженні був використаний принцип історизму який дозволив простежити еволюцію механізмів формування римського менталітету доби правління Августа. Крім того, застосовано методи аналізу та синтезу, структурний та проблемно-хронологічний методи для визначення основних чинників впливу внутрішнього та зовнішнього середовища Римської імперії на формування етичних цінностей римського імператора. А також впливу географічних, військово-стратегічних, економічних та морально-психологічних мотивів під час прийняття політичних рішень керівництвом Римської імперії в період принципату. Наукова новизна – з'ясувати еволюцію формування етичних цінностей для розуміння поведінки римлян на міжнародній арені, а також реконструювати систему цінностей, якою керувалася римська еліта.

■ Виклад матеріалу дослідження

Культурологічним феноменом світогляду римської аристократії є реальна «двомовність» менталітету в добу Пізньої Республіки (йдеться про поєднання давньогрецької та римської інтелектуальної спадщини, й, у першу чергу – філософії і красномовства), основними рисами якого є «універсальність та стабільність» (Солдатова, 1998, с. 50).

Так, наприкінці I ст. до н. е. римська знать почала активно відвідувати культурні центри грецької філософської думки, де здобувала освіту, переважно, у сфері літератури, філософії та риторики, а не в галузі економіки, політичної науки чи військової теорії. Згадаємо хоча б Октавіана Августа, який разом з Марком Віпанієм Агріппою починали свою кар'єру з отримання грецької освіти. Таким чином впродовж I–II ст. н. е. відбувся синтез римської та елліністичної літературної традиції.

Водночас, на думку справжнього грецького «інтелектуала» (Macmullen, 1991, р. 423; Бобровникова, 2001, с. 8) Полібія, який був переконаний, що елліни «перевершують всі інші народи» (Полибий, 1890), переваги римлян над еллінами полягали в їхньому моральному праві володарювання над іншими етносами. Тож, стає зрозумілим «Чому римляни зуміли підкорити так багато народів? Чому світ потрапив в руки римлян?» (Walbank, 1963). Ідеї Полібія продовжив давньогрецький історик, філософ та географ Посидоній з Апамеї (Сирія) (бл. 135–51 рр. до н. е.). Він вважав, що загальна моральна деградація людства є символом розриву матеріального та духовного. Власне тільки історія може призупинити сповзання до загальної космічної катастрофи. Тому, втіленням стабільності було римське панування і визнання процесу розпаду елліністичних держав. Політики (наприклад, Рутілій Руф або Помпей за Посидонієм) та історики могли подолати природний шлях до занепаду і взяти участь у встановленні справедливого миру (Long, 1977, р. 173–199). Посидоній часто порівнює особистість з людською спільнотою. І якщо раціональні афекти можна вгамувати за допомогою логосу та волі, то історія, яка сприймалася Посидонієм аксіологічно,

може виступати як засіб приборкання варварів, що мають і чесноти, й пороки (Хазина, 2002, с. 231–232). Однак, катастрофа (всесвітня пожежа) все ж неминуча. До неї веде циклічність історії. Єдиною втіхою для людини залишається безсмертя душі, яка здатна перероджуватися. Наголосимо, що цей «стоїчний мудрець», який стояв у витоків уяви про роль особистості в історії (Степанова, 2001, с. 36–38) суттєво вплинув на формування римського менталітету. В науці доведено, що його думки відбилися у творах Страбона, Цицерона, Тита Лівія, Тацита, Діодора Сицилійського, Аппіана (Reinhardt, 1921, s. 3–19; Malitz, 1983, s. 60).

В основі грецької літературної традиції лежить філософський аналіз суспільних явищ. Зокрема, у I ст. до н. е. Полібій, Посидоній та Діодор Сицилійський прагнуть примирити грецьку інтелектуальну еліту з необхідністю кооптації в культурне середовище нової держави і заклали традицію взаємостосунків з крайною переможців. Наступне покоління грекомовних авторів (I ст. н. е.) почало втілювати цю ідею в своїх наукових дослідженнях (Стабон, Плутарх, Діон Хризостом), яке завершилося у II ст. зближенням позицій греко- та латиномовної ідей. В працях Арріана, Аристіда, Аппіана та Діона Кассія ми вже бачимо пропагандистське обґрунтування миролюбної політики як вищої мети римської держави. Розвиток цих теоретичних ідей завершився правлінням «ідеального» імператора – Марка Аврелія, який і сам був представником грекомовної історичної традиції, хоча і не зовсім відповідав цим критеріям.

Свою чергою, римська традиція також представлена значною кількістю джерел. Однак, вона: по-перше, не пов'язана із стоїчним філософсько-історичним підґрунтям, хоча багато з римських істориків та літераторів отримали прекрасну освіту і були обізнані з основними філософськими течіями доби еллінізму; по-друге, погляди римлян впливали з завдань внутрішньополітичної практики і до певної міри були детерміновані цією залежністю. І, нарешті, ця група джерел не тільки веде приховану дискусію з грекомовною традицією, а й активно включається до роздумів щодо розбудови образу «ідеального імператора».

Разом з тим, римські автори екстраполювали поточні завдання імперської ідеології, що не обов'язково передбачала заботи проти варварів, заснованих на дихотомії цивілізації та варварства (Vivo, 2001, pp. 83–214). Ця лінія для римлян була підсвідомо болючою і греки знайшли для римлян вихід, висунувши ідею про те, що вони перебрали на себе цивілізаторську місію щодо варварів (Veune, 1979, p. 1–27). Проте, римські інтелектуали усвідомлювали роль греків у вибудові власної самоідентифікації і тим самим відчували свою меншовартість. Психологічно це пояснюється тим, що побутова культура селянства Італії та жителів урбанізованої Греції не завжди співпадала (Petrochilos, 1974, pp. 35–53). При цьому римляни були менш схильними до сприйняття власної винятковості, і тому більш відкритими для культурних контактів.

Першим вклад у формування засадничих рис римського менталітету зробив Марк Туллій Цицерон, який вважав, що розквіт держави залежить від наявності двох чинників: *mores et viri*. Тому для відновлення держави в умовах кризи потрібна, передовсім, реформа моралі, яка може бути проведена тільки керівним діячем, здатним виконати таке завдання внаслідок власних громадян-

ських та моральних чеснот – *rector rei publicae* або *rector civitatis*. Міркуючи про засади змішаного устрою Цицерон на перше місце ставить «велику рівність» (*aequabilitas magna*) і тільки потім переходить до «міцності» (*firmitudo*). Це, безумовно, не рівність в галузі майнових відносин або здібностей, а, скоріше, рівність прав, що передбачає певну градацію «за чеснотою». Переваги змішаного політичного устрою, на думку Цицерона, лежать в етичних засадах держави і відображають ідею справедливості (Vogt, 1963, s. 57). Таку державу ніщо не може зруйнувати, окрім фатальних помилок її керівників. Таким чином, вчення про найкращий державний устрій (де йдеться про змішування деяких елементів «простих форм»), як і вчення про природне право (де підкреслюється ідея соціальної спільності і природного прагнення людей один до іншого) стали теоретичним обґрунтуванням пропагандистських гасел, які застосовував Цицерон у своїй політичній практиці (Утченко, 1994, с. 174). Наголосимо, що позиція Цицерона була не тільки його особистою, а й відображенням римської громадської думки та політичної свідомості того часу, а також початком формування менталітету еліти постреспубліканського часу.

Ідея «всесвітньої» та «споконвічної» держави, яка розроблялася ще ранніми римськими стоїками, отримала найбільший розвиток в епічних картинах «Енеїди» Вергілія, де Август виконує вже всесвітньо-історичне передбачення, даруючи закони всьому «колу земель», оберігаючи підкорених, та примушує коритися «пихатих».

Формування справжнього еталона римських чеснот стає ідеалом Тіта Лівія, а на першому місці виступають римська гідність, скромність, постійність, схильність до самозречення, тобто ті якості, які й Цицерон вважав головними для ідеального римського громадянина. Саме вихвалення цих якостей, як засобу здобуття світового панування складає основу праці історика (Малеин, 1923, с. 95–96). Тому ці політологічно-психологічні засади вносять елемент дидактики в твір, як це підкреслюють деякі вчені, критикуючи Лівія за брак науковості у викладі історичних подій (Модестов, 1888, с. 531–535; Mommsen, 1864, s. 289; Таїне, 1874). Проте інші говорять про обґрунтування вічності Риму, римського народу, претензій римлян на світове панування на підставі історичного розвитку, що з давнини за волею богів привів Рим до ролі гегемона у всьому Середземномор'ї (Кнабе, 1993, с. 594).

Нові штрихи вносить Корнелій Тацит, який помічає, що ідеологія імперії та офіційна пропаганда культу імператорів вплинули на позбавлення рис публічності у політиці. Тепер справи розв'язання зовнішньополітичних проблем перейшли з сенату до особистого оточення принцепса, де були наявними непрофесійність, прагнення здобути особисту прихильність, або реалізувати свою ворожість до імператора. Кулуарний характер управління та відсутність доступної документації відтепер обмежують освіченість, а недолік державного досвіду еліти призводить до поверхового розуміння подій. При цьому, правда стає неможливою через атмосферу брехні, створену імператорською пропагандою.

Таким чином, основними розбіжностями між представниками двох традицій є сприйняття суспільного блага. Загальне (або суспільне) благо Сенека та Пліній розуміють передусім як благо римської громади, а Діон – як благо підлеглих

взагалі. Що ж стосується конкретного змісту поняття «суспільне благо» – в цьому всі сходяться, розуміючи його, як законність і правопорядок, безпеку, чесноту та добробут громадян (Шалимов, 2000, с. 147). Економічну досконалість переходу від демократії до монархії обґрунтовує Агріппа, який вважає, що лише остання здатна забезпечити витрати держави, особливо військові. Справедливо відзначаючи, що основним принципом існування демократії є добровільна участь громадян у внесках та податках.

Ще однією характеристикою діяльності всієї Ранняї імперії був принцип моральності правителя. Саме цю рису підкреслювали всі мислителі, розглядаючи добродійність правителя як необхідну умову, проте не для гармонії соціального ансамблю, а відповідно до мистецтва управління. Правитель серед багатьох пасток повинен керуватися своїм власним розумом; тільки вміючи керувати собою, він здатен відповідним чином керувати іншими. Такий принцип був характерним для діяльності всіх принцепсів. Наприклад, тотожність порад Агріппи та Мецената, а також філософських роздумів Марка Аврелія. Сенс цієї функції демонструє порада Плутарха правителю дати «душі прями правила», щоб потрібним чином спрямувати свій *ethos* (образ думок, поведінку).

■ Висновки

Отже, впродовж I–II ст. н. е. відбувся синтез елліністичної та римської літературної традиції, основними етичними рисами якої стала грецька «універсальність» та римська «стабільність». Проте, римські інтелектуали, усвідомлюючи вплив греків у вибудові власної самоідентифікації, певною мірою, відчували свою меншовартість, хоча й були менш схильними до сприйняття особистої винятковості, і тому більш відкритими для культурних контактів.

Доведено, що на засадах змішаного устрою основними світоглядними позиціями стають «велика рівність» та реформа моралі, яка може бути проведена тільки керівником (імператором), здатним відновити державу в умовах кризи, внаслідок власних громадянських та моральних чеснот. Ідеалом для римського громадянина виступають: гідність, скромність, постійність, схильність до самозречення.

Таким чином, антична літературна традиція не лише вплинула на мотиви поведінки римлян, а й на усю еволюцію римської політики. В її основі лежала турбота про статус та «гідність» імперії. Символічні прояви поваги та підкорення ворогів стають метою політики, натомість зухвалість чи образа – негайними та законними підставами для війни. Острах та помста стали інструментами підтримки іміджу держави, а стратегія визначалася моральними та психологічними мотивами. Однак, це не означає, що її можна назвати «ірраціональною» або «неефективною». Її треба сприймати інакше – з морально-психологічного аспекту: народи розділяють не ріки, гори або укріплення, а відчуття страху. Оборона базувалася на переконанні у невідворотності відплати, яка завжди мала бути максимально агресивною і супроводжувалася вторгненнями, репресіями і навіть геноцидом. І якщо не можна передбачити час нападу, то можна здійснити превентивний удар або пряме вторгнення. Таку експансію вважали «справедливою» та «необхідною», а прояви слабкості вважалися недостойними. Таке

відношення знаходимо в системі цінностей римського суспільства, де *honor* («чеснота»), *fama* («слава»), *dignitas* («гідність»), *maiestas* («велич») склали основу. Тому, не вірно трактувати дії римлян як «агресивні» або «захисні», більш точно їхню сутність передають такі поняття, як образа та помста, терор та повага, а власне «велика стратегія» являє собою комплекс політичних ідей, уявлень та цінностей.

■ Список використаних джерел

- Бобровникова, Т. А. (2001). *Повседневная жизнь римского патриция в эпоху разрушения Карфагена*. Молодая гвардия.
- Вержбицкий, К. В. (2003). Новая книга по проблемам идеологии императорского Рима. В Э. Д. Фролов (Ред.), *Мнемон. Исследования и публикации по истории античного мира* (Вып. 2, с. 351–363). Издательство СПбГУ.
- Кнабе, Г. С. (1993). Рим Тита Ливия – образ, миф и история. В Тит Ливий, *История Рима от основания города* (Т. 3, с. 590–655). Наука.
- Малеин, А. И. (1923). *"Золотой век" римской литературы: (эпоха Августа)*. Наука и школа.
- Модестов, В. И. (1888). *Лекции по истории римской литературы*. Издание Л. Ф. Пантелева.
- Никишин, В. О. (1999). *Чужеземцы в произведениях Цицерона, Цезаря и Саллюстия (к вопросу о сущности римского "шовинизма" в I в. до н.э.)* [Диссертация кандидата исторических наук, Москва].
- Никишин, В. О. (2002). Эллыны, римляне и варвары: эволюция понятий в эпоху римского владычества. *Ставропольский альманах общества интеллектуальной истории*, 2, 149–155.
- Полибий, (1890). *Всеобщая история* (Ф. Г. Мищенко, Пер.). Книжное издательство.
- Солдатова, Г. У. (1998). *Психология межэтнической напряженности*. Смысл.
- Степанова, А. С. (2001). К вопросу о парадоксах философии истории Посидония. В *Жебелевские чтения-3*, Тезисы докладов научной конференции, Санкт-Петербург, 29–31 октября 2001 г. (с. 36–38). Центр антиковедения СПбГУ.
- Стефаненко, Т. Г. (1999). *Этнопсихология*. Институт психологии РАН, "Академический проект".
- Утченко, С. Л. (1994). Политико-философские трактаты Цицерона ("О государстве", "О законах"). В Цицерон Марк Тулий, *Диалоги* (с. 153–174). Наука.
- Хазина, А. В. (2002). Традиции пиров в "Истории" Посидония: этический аспект историописания. В Э. Д. Фролов (Ред.), *Мнемон. Исследования и публикации по истории античного мира* (с. 221–232). Издательство СПбГУ.
- Шалимов, О. А. (2000). *Образ идеального правителя в Древнем Риме в середине I – начале II в. н. э.* Институт всеобщей истории.
- Long, A. A. (1977). Freedom and determinism in the Stoic theory of human action. In *Problems in Stoicism* (pp. 173–199). London.
- Macmullen, R. (1991). Hellenizing the Romans (2nd Century BC). *Historia*, Bd. XL, Hft. 4, pp. 419–438.
- Malitz, J. (1983). *Die Historien des Poseidonios*. Zetemata. Monographien zur klassischen Altertumswissenschaft, no. 79. C. H. Beck.

- Mattern, S. P. (1999). *Rome and the enemy: Imperial strategy in the principate*. University of California.
- Mommsen, Th. (1864). Die patricischen Claudier. *Romische Forschungen*, 1, 278–265.
- Petrochilos, N. K. (1974). *Roman Attitudes to the Greeks*. Athens.
- Reinhardt, K. (1921). *Poseidonios*. München.
- Taine, H. (1874). *Essai sur Tite Live*. Paris.
- Veyne, P. (1979). The Hellenization of Rome. *Diogenes*, 106, 1–27.
- Vogt, J. (1963). *Ciceros Glaube an Rom*. Darmstadt.
- Vivo, A. de. (2001). L'idea di Roma e L'ideologia dell 'Imperialismo in Tacito. In F. Giordano, *L'idea di Roma nella Cultura Antica* (pp. 183–214). Roma.
- Walbank, F. W. (1963). Polybius and Rome's Eastern Policy. *JRS*, 53, 8–11.

References

- Bobrovnikova, T. A. (2001). *Povsednevnaya zhizn' rimskogo patritsiya v epokhu razrusheniya Karfagena [Daily life of a Roman patrician during the destruction of Carthage]*. Molodaya gvardiya [in Russian].
- Khazina, A. V. (2002). Traditsii pirov v "Istorii" Posidoniya: eticheskii aspekt istoriipisaniya [Traditions of feasts in the "History" of Posidonius: the ethical aspect of historical writing]. In E. D. Frolov (Ed.), *Mnemon. Issledovaniya i publikatsii po istorii antichnogo mira [Mnemon. Research and publications on the history of the ancient world]* (pp. 221–232). Izdatel'stvo SPbGU [in Russian].
- Knabe, G. S. (1993). Rim Tita Liviya – obraz, mif i istoriya [Rome Titus Libya – image, myth and history]. In Tit Livii, *Istoriya Rima ot osnovaniya goroda [History of Rome from the founding of the city]* (Vol. 3, pp. 590–655). Nauka [in Russian].
- Long, A. A. (1977). Freedom and determinism in the Stoic theory of human action. In *Problems in Stoicism* (pp. 173–199). London [in English].
- Macmullen, R. (1991). Hellenizing the Romans (2nd Century BC). *Historia*, Bd. XL, Hft. 4, pp. 419–438 [in English].
- Malein, A. I. (1923). *"Zolotoi vek" rimskoi literatury: (epokha Avgusta) [The "Golden Age" of Roman Literature: (Age of Augustus)]*. Nauka i shkola [in Russian].
- Malitz, J. (1983). *Die Historien des Poseidonios [Die historien of the poseidonios]*. Zetemata. Monographs on classical antiquity, no. 79. C. H. Beck [in German].
- Mattern, S. P. (1999). *Rome and the enemy: Imperial strategy in the principate*. University of California [in English].
- Modestov, V. I. (1888). *Lektsii po istorii rimskoi literatury [Lectures on the history of Roman literature]*. Izdanie L. F. Panteleva [in Russian].
- Mommsen, Th. (1864). Die patricischen Claudier. *Romische Forschungen*, 1, 278–265 [in English].
- Nikishin, V. O. (1999). *Chuzhezemtsy v proizvedeniyakh Tsitserona, Tsezarya i Sallyustiya (k voprosu o sushchnosti rimskogo "shovinizma" v I v. do n.e.) [Foreigners in the works of Cicero, Caesar and Sallust (on the question of the essence of Roman "chauvinism" in the 1st century BC)]* [PhD Dissertation, Moskva] [in Russian].
- Nikishin, V. O. (2002). Elliny, rimlyane i varvary: evolyutsiya ponyatii v epokhu rimskogo vladychestva [Greeks, Romans and Barbarians: Evolution of Concepts in the Era of Roman Dominion]. *Stavropol'skii al'manakh obshchestva intellektual'noi istorii*, 2, 149–155 [in Russian].

- Petrochilos, N. K. (1974). *Roman Attitudes to the Greeks*. Athens [in English].
- Polybius. (1890). *Vseobshchaya istoriya [World History]* (F. G. Mishchenko, Trans.). Knizhnoe izdatel'stvo [in Russian].
- Reinhardt, K. (1921). *Poseidonios*. München [in English].
- Shalimov, O. A. (2000). *Obraz ideal'nogo pravatelya v drevnem Rime v seredine I – nachale II v. n. e. [The image of the ideal ruler in Ancient Rome in the middle of the 1st – the beginning of the 2nd century AD]*. Institut vseobshchei istorii [in Russian].
- Soldatova, G. U. (1998). *Psikhologiya mezhetnicheskoi napryazhennosti [Psychology of interethnic tension]*. Smysl [in Russian].
- Stefanenko, T. G. (1999). *Etnopsikhologiya [Ethnopsychology]*. Institut psikhologii RAN, "Akademicheskii proekt" [in Russian].
- Stepanova, A. S. (2001). K voprosu o paradoksakh filosofii istorii Posidoniya [To the question of the paradoxes of the philosophy of history of Posidonius]. In *Zhebelevskie chteniya-3 [Zhebel readings-3]*, Abstracts of the Scientific Conference, St. Petersburg, October 29–31, 2001 (pp. 36–38). Tsentr antikovedeniya SPbGU [in Russian].
- Taine, H. (1874). *Essai sur Tite Live [Essai on Tite Live]*. Paris [in French].
- Utchenko, S. L. (1994). Politiko-filosofskie traktaty Tsitserona ("O gosudarstve", "O zakonakh") [Cicero's political and philosophical treatises ("On the State", "On the Laws")]. In Tsitseron Mark Tulii, *Dialogi [Dialogues]* (pp. 153–174). Nauka [in Russian].
- Verzhbitskii, K. V. (2003). Novaya kniga po problemam ideologii imperatorskogo Rima [New book on the problems of the ideology of imperial Rome]. In E. D. Frolov (Ed.), *Mnemon. Issledovaniya i publikatsii po istorii antichnogo mira [Mnemon. Research and publications on the history of the ancient world]* (Iss. 2, pp. 351–363). Izdatel'stvo SPbGU [in Russian].
- Veyne, P. (1979). The Hellenization of Rome. *Diogenes*, 106, 1–27 [in English].
- Vogt, J. (1963). *Ciceros Glaube an Rom [Ciceros belief in Rome]*. Darmstadt [in Italian].
- Vivo, A. de. (2001). L'idea di Roma e L'ideologia dell'Imperialismo in Tacito [L'idea di Roma and L'ideologia dell'imperialismo in Tacito]. In F. Giordano, *L'idea di Roma nella Cultura Antica [The idea of Rome in the Ancient Culture]* (pp. 183–214). Roma [in Italian].
- Walbank, F. W. (1963). Polybius and Rome's Eastern Policy. *JRS*, 53, 8–11 [in English].

THE ETHICAL VALUES FORMATION IN THE ROMAN EMPIRE AS A CULTURAL PHENOMENON

Nataliia Danylykha

PhD in History,

ORCID: 0000-0003-3363-6198, e-mail: natalia.danylykha@ukr.net,

Ivan Franko Lviv National University,

Lviv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to study the influence of cultural and psychological motivation on the formation of ethical values in the Roman Empire. The article identifies the main factors

of influence of the internal and external environment of the Roman Empire on the formation of moral values of the Roman Emperor. It is relevant to form a system of Ideas, notions and values of the ancient Rome society based on the synthesis of different cultures, propaganda, image building and moral reform. The research methodology consists in studying the evolution processes of the ancient tradition under moral and psychological appeals analysis. The study also applied the methods of historicism, analysis, synthesis, structural and problem-chronological to study the mechanisms of formation of the Roman attitudes under the Augustus' reign. The scientific novelty is to find out the evolution of the ethical values formation and reconstruct the system of values that guided the Roman elite. Conclusions. We believe that the idea of the Romans as war planners in the modern sense, who were guided in decision-making by the assessment of military, political and economic information, is an illusion created by Roman propaganda. Therefore, the main factor that allows us to find out the evolution of the mechanisms of functioning of the Empire's foreign policy is the study of the problems of forming the Roman mentality during the reign of Augustus. It is proved that during the first and second centuries AD, there was a synthetic process of the Hellenistic and Roman literary traditions, the main ethical features of which were Greek "universality" and Roman "stability". The openness to cultural affairs by Roman intellectuals promoted the formation of such moral values like dignity, modesty, constancy, and a propensity to self-denial. It is noted that under a mixed constitution, the prominent worldviews are "great equality" and moral reform, which can only be carried out by a leader (Emperor) who is able to restore the state in a down economy following his own civil and moral qualities. It was based on concern for the status and "dignity" of the Empire. Therefore, the actions of the Romans should be interpreted from the point of view of the "great strategy", which is a complex of political ideas, notions and values.

▪ **Keywords:** Roman Emperor; ethical values; Roman society; attitudes; historical tradition

▪ **ФОРМИРОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В РИМСКОЙ ИМПЕРИИ КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН**

▪ **Данилиха Наталия Романовна**

▪ *Кандидат исторических наук,
ORCID: 0000-0003-3363-6198, e-mail: natalia.danylykha@ukr.net,
Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
Львов, Украина*

▪ **Аннотация**

Цель статьи – исследование влияния культурно-психологической мотивации на формирование нравственных ценностей в Римской империи. В статье определены основные факторы влияния внутренней и внешней среды Римской империи на формирование нравственных ценностей римского императора. Актуальным является формирование комплекса идей, представлений и ценностей общества древнего Рима на основе синтеза различных культур, пропаганды, создания имиджа и реформы морали. Методология исследования заключается в изучении процессов развития античной

традиции с позиции анализа морально-психологических мотивов. В исследовании также были применены методы историзма, анализа, синтеза, структурный и проблемно-хронологический для изучения механизмов формирования римского менталитета эпохи правления Августа. Научная новизна. Выяснено эволюцию формирования этических ценностей и реконструировано систему ценностей, которыми руководствовалась римская элита. Выводы. Считаем, что представление о римлянах как о военных стратегах в современном смысле, которые руководствовались при принятии решений оценкой военной, политической и экономической информации, является иллюзией, созданной римской пропагандой. Поэтому основным фактором, позволяющим выявить эволюцию механизмов функционирования внешней политики империи, является изучение проблем формирования римского менталитета эпохи правления Августа. Доказано, что в течении I–II ст. н. э. произошел синтез эллинистической и римской литературной традиции, основными этическими чертами которой стала греческая «универсальность» и римская «стабильность». Открытость для культурных контактов римских интеллектуалов способствовала формированию таких нравственных ценностей, как: достоинство, скромность, постоянство, склонность к самоотречению. Отмечено, что на основе смешанного устройства основными мировоззренческими позициями становятся «большое равенство» и реформа морали, которая может быть проведена только руководителем (императором), способным восстановить государство в условиях кризиса, в результате собственных гражданских и нравственных качеств. В ее основе лежала забота о статусе и «достоинстве» империи. Поэтому, действия римлян нужно рассматривать с позиции «большой стратегии», которая представляет собой комплекс политических идей, представлений и ценностей.

■ **Ключевые слова:** римский император; этические ценности; римское общество; менталитет; историческая традиция

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221063
УДК 81'25:659.131.2]:316.77

РОЛЬ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ У ФОРМУВАННІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Миколаєнко Марина Юрїївна

Асистент,

ORCID: 0000-0001-6495-8689, e-mail: maryna-mykolaenko@ukr.net,

Київський національний університет культури і мистецтва,

вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Миколаєнко, М.Ю. (2020). Роль перекладу рекламних текстів у формуванні міжкультурної комунікації. *Питання культурології*, (36), 177-186. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221063>.

Анотація

Мета статті – дослідити вплив перекладу рекламних текстів на міжкультурну комунікацію. Методологія дослідження полягає у використанні теоретичних методів: аналізу та синтезу, узагальнення, індукції і дедукції – для виявлення особливостей при перекладі слоганів з англійської мови на українську; системного методу – для встановлення зв'язків між перекладами рекламних слоганів різними мовами у межах міжкультурної комунікації. У дослідженні застосовано також емпіричні методи: порівняння – для виявлення спільних та відмінних рис між слоганом-оригіналом та слоганом-перекладом; описовий – для уточнення фактичної інформації. Наукова новизна статті полягає у тому, що вперше англійськомовний рекламний дискурс розглядається у контексті міжкультурної комунікації на матеріалах відомих торгових брендів; розглянуто основні проблеми та міжкультурні аспекти перекладу рекламних текстів українською мовою, які досі не досліджували українські науковці. У статті проаналізовано головні проблеми формування міжкультурної компетентності в теорії та практиці перекладу. Виділено основні стратегії перекладу слоганів, які можуть існувати як у межах багатьох культур, так і в межах конкретної культури. Висновки. За результатами дослідження встановлено, що головна ідея рекламного тексту-перекладу має збігатися з ідеєю оригінального тексту. Невідповідність може призвести до втрати базового змісту повідомлення або спричинити міжкультурне непорозуміння ідеї товару, в результаті – знизити попит на товар. Створення перекладу тексту рекламного повідомлення має свою специфіку. Під час перекладу варто зосередитися не лише на лексичних, стилістичних, морфологічних особливостях, але і на міжкультурних. Перекладач має донести до споживача як вербальне повідомлення, так і культурну повноту традицій, звичаїв країни, з мови якої здійснюється переклад.

Ключові слова: переклад; міжкультурна комунікація; рекламний текст; слоган

Вступ

Сьогодні питання, пов'язані із розвитком культури, набули значущості через низку політичних, соціальних та економічних чинників. Посилений інтерес до вивчення міжкультурної комунікації у XXI столітті безумовно необхідний. Практику перекладу ми також можемо розглядати через призму культурологічних підходів. Багато аспектів, пов'язаних із міжкультурною комунікацією досліджувала низка вітчизняних та світових науковців. Наприклад, О. Борзих, І. Гук, Т. Горощенко, Е. Тарасов досліджували роль перекладу в процесі міжкультурного спілкування. А. Ляшина вивчала формування фахової підготовки перекладачів у дискурсі міжкультурної комунікації. Поняття перекладу та мовного середовища розглядали також Л. Латишев, Л. Бархударов, А. Швейцер.

Основним елементом перекладу є мова. Т. Горощенко (2007–2008) зазначає, що «мова – найбільша за обсягом структура будь-якої культурної цивілізації. Тобто саме мова, світ та культура і формує свого носія. Вона одночасно виступає її дзеркалом і засобом реалізації, виконуючи пасивну функцію відображення та активну – творення» (с. 57). Функції мови реалізуються в комунікативному процесі.

Переклад текстів реклами можемо розглядати як культурологічне явище з національною культурною специфікою. Адже «переклад являє собою не тільки перехід від однієї мови до іншої, а й перехід від однієї культури до іншої. Тобто, переклад – це акт міжкультурної комунікації за участі посередника-перекладача» (Ляшина, 2019, с. 353).

У добу активної глобалізації та інформаційного суспільства, вагому роль відіграє реклама, яку ми можемо спостерігати всюди. У XXI столітті реклама стала невід'ємним елементом багатьох сфер життя та економічним, політичним, соціальним явищем, за допомогою якого можна впливати на громадську думку, формувати прихильність або ж відразу до певного товару чи особи.

Сьогодні велика кількість світових підприємств популяризує свою продукцію на українському ринку, проводить рекламні компанії. Та перекладачам не завжди вдається точно й вдало відтворити основний зміст рекламного повідомлення якісно, зважаючи на міжкультурну комунікацію, мовні, національні та релігійні особливості, що притаманні тому чи іншому народові. Перекладач повинен не лише досконало володіти мовою, але і бути обізнаним у культурі, релігії та традиціях тієї країни, з мови якої здійснюється переклад з метою уникнення міжкультурних непорозумінь, адже часто те, що є звичним в одній країні, недопустиме в іншій.

Прикладом перекладу елементу міжкультурної комунікації може стати переклад рекламних текстів іншою мовою. У такому випадку перекладений фрагмент рекламного повідомлення стає частиною культури тієї країни, мовою якої здійснювався переклад. Так відбувається міжкультурна комунікація.

Рекламні тексти – елементи рекламних повідомлень, що розташовують зазвичай поряд із назвою торгового бренду або фірми, яка випускає товар чи надає послуги. Рекламні тексти використовуються для створення іміджу, бо саме від вдало підбраного слогана залежить довіра споживачів. Також треба зважати на сам текст, його структуру та форму подання, його прямий та прихований

сенса, гумору, який у різних культурах може проявлятися по-різному, для того, аби переклад був найбільш схожим на оригінальний текст та сприймався споживачами.

■ **Мета статті**

Мета статті – дослідити вплив перекладу рекламних текстів на міжкультурну комунікацію, проаналізувати проблеми формування міжкультурної компетентності в теорії та практиці перекладу, виділити основні стратегії перекладу слоганів. Методологія дослідження полягає у використанні теоретичних методів: аналізу та синтезу, узагальнення, індукції і дедукції – для виявлення особливостей при перекладі слоганів з англійської мови на українську; системного методу – для встановлення зв'язків між перекладами рекламних слоганів різними мовами у межах міжкультурної комунікації. У дослідженні застосовано також емпіричні методи: порівняння – для виявлення спільних та відмінних рис між слоганом-оригіналом та слоганом-перекладом; описовий – для уточнення фактичної інформації.

■ **Виклад матеріалу дослідження**

«Процес міжкультурної комунікації починається зі звичайного визнання факту існування культурних відмінностей між представниками різних культур, що є однією з найважливіших причин непорозуміння, а також їх подолання» (Борзих, 2014, с. 32). Так, найголовнішим суб'єктом комунікаційного процесу є людина, яка витрачає більшу частину свого часу на комунікацію. Культура визначає характер спілкування між представниками різних націй. Міжкультурна комунікація стає можливою, коли учасники процесу комунікації можуть знайти спільну мову. Переклад у цьому процесі стає головним інструментом для розуміння одне одного.

Кожен вид перекладу відтворює певні міжкультурні властивості комунікативного процесу, адже переклад створюється для окремого реципієнта в певному контексті, виходячи із цілей автора текст.

Нині важливою залишається проблема перекладу рекламних текстів з будь-якої іноземної мови, у нашому випадку з англійської мови українською. Ця проблема пов'язана з популяризацією товарів відомих у всьому світі фірм та торгових марок, що мають дочірні компанії в багатьох країнах. У фахівців виникає складне завдання, а саме: перекласти текст-оригінал, пристосовуючи його до ментальних, соціальних та культурних властивостей носіїв мови, якою перекладається текст, з метою підвищення довіри покупців до товару чи ряду послуг, підвищення популярності товару на зовнішньому світовому ринку, а також на внутрішніх ринках країн.

Нині відстежується явище, коли тема рекламних текстів повторюється в багатьох країнах, або є схожою. Торгові марки можуть створювати подібні рекламні тексти, змінюючи мову, моделей, які відповідатимуть тому типу зовнішності, на території якої країни рекламується товар. Реклама ж доводить до відома споживачів інформацію про товар чи послуги, створює бренд, сприяє покращенню продажів.

Таким способом реклама реінкарнується у явище людської культури, виходячи за межі простої економіки. Сьогодні реклама стає окремою частиною пост-модерністичного мистецтва з новим ідеологічним баченням на світ, навколишню дійсність та товари, які так чи інакше потрібні людям. Реклама є структурою, що трансформує мову об'єктів у мову людей і навпаки. Її мета – долучити людину до своєї структури значень, «спонукати її до участі в декодуванні своїх лінгвістичних і візуальних знаків та отримати задоволення від цієї діяльності декодування» (Bignel, 1997, с. 240).

Дуже важливо при перекладі рекламного слогана з інших мов не втратити основний прихований сенс повідомлення, оскільки кожній країні притаманні свої звичаї, соціальні комунікації, норми і канони спілкування.

При перекладі з однієї мови на іншу варто зважати на морфологічні, синтаксичні, пунктуаційні, лексичні, семантичні та стилістичні особливості. До морфологічних особливостей можна віднести правильність побудови рекламного тексту, граматичні класи слів, тобто до якої частини мови вони належать, а також граматичні категорії та систему словозміни; до синтаксичних особливостей відносимо граматичну побудову словосполучення та всієї фрази; до пунктуаційних – систему усіх правил використання на письмі рекламного тексту розділових знаків та їх використання на практиці; на лексичному рівні – словниковий склад тієї чи іншої мови, адже для правильного створення слоганів потрібно підбирати відповідні еквіваленти навіть серед ряду синонімів; на семантичному рівні – найліпший підбір слова на основі його значення, також словосполук та фразеологізмів конкретної мови; на стилістичному рівні – функційно-стильові засоби мови, їх застосування з погляду норм для утворення рекламного тексту; на комунікативно-прагматичному рівні – як саме контекст впливає на зміст рекламного слогана.

Лінгвісти намагаються поглибити дослідження у сфері перекладу рекламних текстів, стратегій та принципів. Питання використання тих чи інших перекладацьких трансформацій, перекладу та передачі основного змісту англійських рекламних текстів, на українську мову та навпаки, на сьогодні лишається вивченим не повністю.

Ефективний слоган обов'язково містить засоби вираження особистісного початку на різних рівнях. Першим можна розглянути графічний рівень, тобто використання капіталізації, виділення конкретної частини тексту жирним, курсивом чи певним шрифтом, що допомагає привернути увагу споживачів та робить наголос на кожному слові.

Так, у рекламі автомобілів «Toyota»: «I Love What You Do For Me» – «Мені подобається все, що ти робиш для мене», кожне нове слово є наголошеним. Такого ж ефекту можна досягти, виділяючи всі слова великими літерами, акцентуючи увагу на інформації всього тексту, як у «News Week»: «THE WORLD'S NEWSMAGAZINE» – «News Week»: «ВЕСЕЛИНИЙ ЖУРНАЛ» або «Oracle»: «SOFTWARE POWERS THE INTERNET» – «Oracle»: «СИЛА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕРНЕТУ».

На фонологічному рівні часто вдаються до римування. Наявність рими у тексті рекламного повідомлення сприяє кращому запам'ятовуванню певного товару та розумінню його. Часто назву бренду чи торгової марки римують із текстом

рекламного повідомлення, так як у світового бренду «Haig Scotch»: «Don't be vague. Ask for Haig» – «Не будь збентежений. Запитай Хейка» або «Quavers»: «The favour of a Quaver is never known to waver» – «Милість Quaver незмінна». Варто звернути увагу на те, що переклад не обов'язково буде заримованим із назвою бренду, бо не завжди можна підібрати адекватний еквівалент, який би своєю чергою не ламав сенсу рекламного повідомлення, яке виробник хотів донести до споживачів усього світу з самого початку. Також римуння може бути у самому тексті, так як у «Jaguag»: «Grace, space, race».

На фонетичному рівні може застосовуватися алітерація, що сприяє кращому запам'ятовуванню всього рекламного тексту споживачами, полегшує його відтворення, особливо наголошує на значенні.

Однак, найбільша кількість мовних засобів для наголошення на значенні слогана використовується на лексичному рівні. Часто у рекламному тексті використовують звернення «you», «we», «us», що зменшує дистанцію між виробником товару та його покупцем. Слогани зі зворотними займенниками спонукають до дії, адже споживач може звернути увагу на те, що саме він є центральною особою для виробника і все робиться для нього. Використання зворотних займенників підвищує довіру та впізнання товару.

При перекладі текстів правильно підібрана лексика відіграє чи не найголовнішу роль, тому потрібно використовувати нейтральні слова, які не викличуть розголосу та скандалу в інших країнах, зважаючи на культурні та релігійні особливості. «Завдання перекладу – забезпечити такий рівень міжкультурної комунікації, при якому створюваний текст мовою реципієнта міг би виступати в ролі повноцінної комунікативної заміни оригіналу і ототожнюватися реципієнтами перекладу з оригіналом у функціональному, структурному і змістовному відношеннях» (Борзих, 2014, с. 32).

Якщо говорити про синтаксичний рівень, то рекламний слоган не має бути довгим. Короткі форми (в середньому 5–7 слів) краще сприймаються споживачами. Отже, і переклад не повинен містити більше слів, аби не розмити зміст тексту. У слогані повинні використовуватися елементарні предикативні комунікативні моделі – прості речення, оскільки будь-які ускладнені синтаксичні конструкції роблять слоган перевантаженим.

Також слід зазначити, що під час перекладу на лексичному рівні фахівці часто використовують різні художні засоби, такі як: персоніфікація, уподібнення, метафори, перифрази, асонанс та алітерації, епітети, анафори і тому подібне, з метою розширення образності, загального сприйняття тексту реклами та формування власної думки, яка постає не без участі рекламистів та перекладачів рекламних текстів.

Прикладів метафори у рекламі можна знайти безліч, адже вона створює цілісний образ, так би мовити, «обгортку цукерки». Метафора може підсилити певні якості товару чи послуги в оригінальний спосіб. Безумовно при перекладі мовні рівні не будуть зберігатися. Переклад таких слоганів буде смисловим, але не дослівним.

Нерідко рекламні слогани створюються на основі прислів'їв, приказок або висловів відомих у всьому світі людей. Вони використовуються з метою кращо-

го запам'ятовування покупцями. До того ж такі фрази є привабливими на слух і в них присутній елемент гри зі споживачем. Але не завжди прислів'я звучать однаково та складаються з тих самих слів у різних мовах.

Часто в рекламі ми можемо спостерігати римування слів, що дає змогу створити більш милозвучний та приємний образ продукту для споживача. Однак не завжди римування зберігається у перекладеному варіанті. Так, скажімо, у тексті цигарок «Winston» – «Winston tastes good like a cigarette should» дослівний переклад якого «Winston смакує добре, як справжня сигарета», ми не можемо використати римування так, аби воно передавало той самий сенс повідомлення, тому краще перекласти, використовуючи інші засоби та техніки. Схожим є слоган компанії «Shell» – «Keep going well – keep going Shell» («Продовжує діяти добре – продовжує діяти Shell»). У цьому прикладі ми не можемо використати римування, хоча воно є основною прикрасою оригінального тексту. Тобто сенс та ставлення споживача безпосередньо залежить від перекладу.

Вживання каламбурів у рекламних слоганах також привертає велику увагу споживачів до певного товару, зацікавлює їх. Особливо це стосується тих слоганів, назва яких обігрується. Подібні слогани запам'ятовуються краще через свою двозначність. Перше значення є очевидним, дійсним, водночас як друге, приховане, зацікавлює та вражає цільову аудиторію новизною й дотепністю.

«Kenco Really Rich Coffee: Get Rich quick» – «Kenco справді коштовна кава: розбагатій зараз», «Finish Detergent: Brilliant cleaning starts with Finish» – «Мийний засіб Finish: кришталева чистота починається з Finish», «Citibank: Because the Citi never sleeps» – «Citibank: тому що місто ніколи не спить».

Використання на лексичному рівні синонімів, антонімів, паронімів різних засобів художньої виразності, дозволяють зробити рекламний текст більш виразним та відмінним від інших слоганів, які представляють товари схожого призначення. Найбільшої виразності додають гра слів, каламбури, метафори.

Важливим на сьогодні лишається питання адекватності перекладу, його сприйняття та прагматична адаптація.

Дослідники Ж. Кабанець та В. Коновалова вважають, що: «Адекватний переклад – це переклад, здійснений на рівні, необхідному і достатньому для передачі незмінного плану змісту при дотриманні норм мови перекладу» (Кабанець, Коновалова, 2010, с. 394). Проте прагматична адаптація має на меті внесення змін та правок перекладачем для того, аби правильно відтворити головну комунікативну функцію вихідного тексту.

Прикладом практичної адаптації можна вважати рекламний текст компанії «Johnnie Walker» – «Taste life», що дослівно перекладається як «Спробуй життя на смак». Однак, українською цей текст звучить наступним чином: «Живи, щоб було що пригадати». Цей приклад яскраво висвітлює саме прагматичну адаптацію тексту рекламного повідомлення до українського споживача.

Для фахівців, які займаються рекламою, текст, написаний іноземною мовою є способом вираження та розуміння основної ідеї повідомлення, текст формується по-новому мовою, на ринку якої країни буде здійснюватися піар-компанія, обов'язково зважаючи на національні та культурні особливості. Якщо дослівний переклад не відтворює зміст повною мірою, досвідчені фахівці мають вживати

близькі за сенсом вирази, враховуючи всі культурні, соціальні, національні особливості та стереотипи.

Науковець А. Лілова сприймає процес перекладу рекламного тексту та слогана зокрема, як «творчість на мовному рівні» (Лілова, 1995, с. 102). Тобто, при перекладі рекламного тексту завжди треба брати до уваги особливості цільової аудиторії та культурний і стилістичний потенціал мови, на яку буде здійснюватися переклад. Також дослідниця зазначає про різні способи передачі змісту рекламного тексту: 1) відсутність перекладу; 2) запозичення рекламного тексту; 3) прямий переклад; 4) адаптація (Лілова, 1995, с. 102).

Зважаючи на міжкультурну концепцію перекладу, рекламний текст розглядається як культурологічне явище, якому притаманна національна специфіка на рівнях мовної об'єктивізації культурних та соціальних реалій та когнітивно-семантичних утворень певної мови. Тому можемо вважати переклад актом міжнаціональної та культурної комунікації, в якій перекладач виступає посередником.

Переклад становить такий вид діяльності, який стосується не тільки двох конкретних мов, але і двох культурних осередків. Т. Горощенко (2007–2008) вважає, що «результатом діяльності перекладача стає свого роду симбіоз культури оригіналу та перекладу, що сприяє взаємному збагаченню як першого, так і другого» (с. 57). Однак варто зазначити, що культура мови, з якої відбувався переклад, не може сприйматися повною мірою споживачами та покупцями з інших країн.

Висновки

Переклад є дуже важливим у формуванні міжкультурної комунікації, він дає змогу популяризувати товари та послуги в межах усього світу, однак при перекладі варто зважати на ряд культурних, мовних, релігійних чинників, які мають безпосередній вплив на сприйняття споживачами тих чи інших торгових марок. У контексті міжкультурної комунікації завдання досвідчених лінгвістів та перекладачів полягає в адекватній передачі основного меседжу торгових компаній та брендів, які мають на меті популяризувати свої товари або послуги за межами своєї країни, а отже в середовищі іншої мови, культури та релігії. Знання культурних особливостей є вагомими в комунікації різних народів, адже традиції та звички, які прийнятні в одній культурі, можуть бути недопустимими в іншій.

При перекладі різних художніх засобів, таких як метафора, гра слів, неологізми, римування, каламбур, а також прислів'їв та приказок, можуть виникати труднощі. У такому разі перекладач використовує ряд трансформацій, які покращать розуміння й дозволять передати зміст якомога краще, аби споживач сприймав товар та проводив ряд позитивних асоціацій. Проте не завжди художні засоби зберігатимуться у перекладеному варіанті тексту, головним залишається зміст.

Таким чином, можемо говорити про те, що створення рекламного тексту має певні труднощі та специфіку. Під час перекладу варто звертати увагу на стилістичні, лексичні, семантичні, морфологічні та інші особливості.

Основна ідея рекламного слогана має збігатися в тексті оригіналу та в перекладі. Їхня невідповідність може призвести до втрати базового змісту реклами, а отже, і втрати попиту серед споживачів.

Переклад рекламних текстів стосується не тільки двох конкретних мов, але й культур. Перекладач має донести до споживача як вербальне повідомлення, так і культурну повноту традицій, звичаїв країни, з мови якої здійснюється переклад з метою уникнення міжкультурних непорозумінь.

■ Список використаних джерел

- Борзих, О. О. (2014). Роль перекладу у процесі міжкультурного спілкування. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія: Філологічні науки*, 3, 31–34.
- Горощенко, Т. В. (2007–2008). Міжкультурна комунікація в перекладі. *Українська орієнталістика*, 2/3, 57–61.
- Кабанец, Ж. В., & Коновалова, В. Б. (2010). Особливості перекладу рекламного тексту. *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти*, 25 (29), 393–401.
- Лилова, А. (1995). *Введение в общую теорию перевода*. Высшая школа.
- Ляшина, А. (2019). Міжкультурна комунікація та фахова підготовка перекладачів. В А. Г. Гудманян, & С. Ш. Сидоренко (Ред.), *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика* (с. 351–355). Аграр Медіа Груп.
- Тарасов, Е. Ф. (2000). *Язык как средство трансляции культуры*. Наука.
- Bignel, J. (1997). *Media semiotics. An introduction*. Manchester University Press etc.
- Lefevere, A. (1992). Translation: Its genealogy in the West. In *Translation, History and Culture* (pp. 14–28). Pinter.

■ References

- Bignel, J. (1997). *Media semiotics. An introduction*. Manchester University Press etc. [in English].
- Borzykh, O. O. (2014). Rol perekladu u protsesi mizhkulturnoho spilkuvannia [The role of translation in the process of intercultural communication]. *Naukovi zapysky [Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia]. Serii: Filolohichni nauky*, 3, 31–34 [in Ukrainian].
- Horoshchenko, T. V. (2007–2008). Mizhkulturna komunikatsiia v perekladi [Intercultural communication in translation]. *Ukrainska oriientalistyka*, 2/3, 57–61 [in Ukrainian].
- Kabanets, Zh. V., & Konovalova, V. B. (2010). Osoblyvosti perekladu reklamnoho tekstu [Features of translation of advertising text]. *Problemy ta perspektyvy formuvannia natsionalnoi humanitarno-tekhnichnoi elity*, 25 (29), 393–401 [in Ukrainian].
- Lefevere, A. (1992). Translation: Its genealogy in the West. In *Translation, History and Culture* (pp. 14–28). Pinter [in English].
- Liashyna, A. (2019). Mizhkulturna komunikatsiia ta fakhova pidhotovka perekladachiv [Intercultural communication and professional training of translators]. In A. H. Hudmanian, & S. Sh. Sydorenko (Eds.), *Fakhovyi ta khudozhnii pereklad: teoriia, metodolohiia, praktyka [Professional and artistic translation: theory, methodology, practice]* (pp. 351–355). Ahrar Media Hrup [in Ukrainian].
- Lilova, A. (1995). *Vvedenie v obshchuiu teoriuu perevoda [Introduction to general translation theory]*. Vysshaiia shkola [in Russian].
- Tarasov, E. F. (2000). *Iazyk kak sredstvo transliatscii kultury [Language as a means of transmitting culture]*. Nauka [in Russian].

THE ROLE OF ADVERTISING TEXTS TRANSLATION IN THE FORMATION OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Maryna Mykolaenko

Assistant,

ORCID: 0000-0001-6495-8689, e-mail: maryna-mykolaenko@ukr.net,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to identify the impact of the translation of advertising texts on intercultural communication. The research methodology comprises the following theoretical methods: analysis and synthesis, generalization, induction and deduction – to identify features in the translation of slogans from English into Ukrainian; system method – to establish links between translations of advertising slogans in different languages within intercultural communication. The empirical methods are also used in the research: comparison – to identify common and distinctive features between the original slogan and the translation slogan; descriptive - to clarify factual information. The scientific novelty of the article lies in the fact that for the first time English-language advertising discourse is considered in the context of intercultural communication on the materials of well-known brands; the main issues and intercultural aspects of translation of advertising texts into Ukrainian, which have not yet been studied by Ukrainian scholars, are considered. The article analyses the main issues of the formation of intercultural competence in the theory and practice of translation. The main strategies for slogan translations, which could exist both within many cultures and within a particular culture, are highlighted. Conclusions. The results of the research indicate that the main idea of the advertising text-translation should coincide with the idea of the original text. A discrepancy could lead to the loss of the basic content of the message or to the intercultural misunderstanding of the idea of the product, and as a result, to reduce demand for the product. The creation of the translation of the text of the advertising message has its own specific features. When translating, one should focus not only on lexical, stylistic, and morphological features, but also on intercultural ones. The translator should convey to the consumer both the verbal message and the cultural traditions and customs of the country from which the translation is made.

Keywords: translation; intercultural communication; advertising text; slogan

РОЛЬ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Миколаенко Марина Юрьевна

Ассистент,

ORCID: 0000-0001-6495-8689, e-mail: maryna-mykolaenko@ukr.net,

Киевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

Аннотация

Цель статьи – исследовать влияние перевода рекламных текстов на межкультурную коммуникацию. Методология исследования заключается в использовании теоретических методов: анализа и синтеза, обобщения, индукции и дедукции – для выявления особенностей при переводе слоганов с английского языка на украинский; системного метода – для установления связей между переводами рекламных слоганов на разных языках в пределах межкультурной коммуникации. В исследовании применены также эмпирические методы: сравнения – для выявления общих и отличительных черт между слоганом-оригиналом и слоганом-переводом; описательный – для уточнения фактической информации. Научная новизна статьи заключается в том, что впервые англоязычный рекламный дискурс рассматривается в контексте межкультурной коммуникации на материалах известных торговых брендов; рассмотрены основные проблемы и межкультурные аспекты перевода рекламных текстов на украинский язык, до сих пор не исследованные украинскими учеными. В статье проанализированы основные проблемы формирования межкультурной компетентности в теории и практике перевода. Выделены основные стратегии перевода слоганов, которые могут существовать как в рамках многих культур, так и в пределах конкретной культуры. Выводы. По результатам исследования установлено, что главная идея рекламного текста-перевода должна совпадать с идеей оригинального текста. Несоответствие может привести к потере базового содержания сообщения или вызвать межкультурное недоразумение идеи товара, в результате – снизить спрос на товар. Создание перевода текста рекламного сообщения имеет свою специфику. При переводе следует сосредоточиться не только на лексических, стилистических, морфологических особенностях, но и на межкультурных. Переводчик должен донести до потребителя как вербальное сообщение, так и культурную полноту традиций, обычаев страны, с языка которой осуществляется перевод.

Ключевые слова: перевод; межкультурная коммуникация; рекламный текст; слоган

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221064
UDC 7.04 -021.131:7.021.2

VIRTUAL IMAGE AND ITS COMPLIANCE WITH THE CREATED MATERIAL ARTEFACTS

Tetiana Sovhyra

PhD in Art Studies,
ORCID: 0000-0002-7023-5361, e-mail STIsovgyra@gmail.com,
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Ye. Konovaitsia St., Ukraine, 01133

For citation:

Sovhyra, T. (2019). Virtual Image and Its Compliance with the Created Material Artefacts. *Issues in Cultural Studies*, (36), 187-194. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221064>.

Abstract

The purpose of the article is to study the concept of a virtual image created in the artist's imagination and its correspondence to the material invariant. The research methodology based on a system approach to the analysis of the virtual dimension of art. The analytical method is applied to the study of philosophical, art, history and cultural literature for a topic. The theoretical and conceptual method is to characterise the research vocabulary; the comparative-typological method is to find out the correspondence of the virtual image, which is formed in the imagination of a person, with the recovered material artefacts. The article covers Plato's concept "on the specifics of creating images and simulacra", Thomas Aquinas' regulation "on the category of virtuality" and Serhii Bezklubenko's (2015) concept of "psychological ultrastructure of art". The scientific novelty of the study is to research the differences between the virtual image and its material invariant, using the examples of the works of Ludwig van Beethoven, Leonardo da Vinci, and Rembrandt van Rijn. Conclusions. We have proven that the art piece making begins with the formation of a virtual image (concept statement) in the imagination of the creator and ends with the materialised form of the original plan. The art piece making is a complex psychological ultrastructure of art starting from the time when its image is born in the artist's imagination to its embodiment (materialisation) into a certain product, and then the search for its completion in the minds of consumers. Using the examples of well-known artworks, we have learnt that the end image often is out of keeping the original virtual concept.

Keywords: virtuality; virtual image; art; imagination; artefacts; virtual reality

Introduction

Nowadays, "virtual reality" is often used to refer to computer technology, electronic means of communication, the Internet, augmented digital technologies. However, in terms of philosophy, this concept has a broader meaning.

The term “virtual” comes from the concept of “virtus”, which in Latin means strength and courage, was used in medieval philosophy to define power. Subsequently, philosophers using this term identified various manifestations of reality. Thomas Aquinas (1969), using this term, investigated how the “human soul”, “animal soul” and “plant soul” coexist (pp. 848–849). In his opinion, a higher power called “virtus” is able to generate a lower one with those qualities that are not there. Duns Scotus believed that God has the “virtus” ability to contain all the possible benefits that can be embodied materially (Gilson, 2018, p. 478). The reasoning of the author is mainly close to the concept of the reality of Aristotle. Although Aristotle did not directly operate with the concept of virtuality, there is reason to believe that his ideas turned out to be decisive for understanding virtuality in subsequent eras (Horuzhij, 1997, pp. 56–74). Aristotle used the Greek words “Dynamis” (δύναμι – opportunity, ability) and “energy” (ενέργεια – activity, energy) to show how the possible turns into reality due to a particular activity. Based on Aristotelian-scholastic ideas, the modern understanding of a virtual object highlights its characteristic as the incompleteness of existence.

The term “virtual reality” was proposed by the French avant-garde playwright Antonin Artaud, who described the illusory nature of characters and objects in the theatre as “la réalité virtuelle” (virtual reality) in the essay collection “The Theatre and Its Double”, 1938. The author argued that the illusion might not be different from reality; he urged the audience of theatrical performance to regard the drama on stage as reality (Artaud, 1958). The category of virtuality and virtual culture judgments is considered in the works by N. Nosov (1997), L. Bozhko (2016), M. Kyrychenko (2018), T. Polska (2018). N. Nosov (1997) considers virtuality as some potential state of being that can be realised under appropriate conditions. Leushkin (2014) indicates that incomplete existence in actual reality outlines virtuality Exploring virtuality T. Troitska, O. Troitska, O. Popravko (2019) noted that every object could exist in the objective world and virtually.

■ Purpose of the article

The reflection that is formed in the artist’s imagination, the planned project of the future artwork is a virtual dimension of future artefacts. In the context of this, the purpose of the work is to explore the correspondence of the virtual image, which is formed in the imagination of a person, with the recovered material artefacts.

■ Main research material

A famous quote by Karl Marx is “A spider conducts operations that resemble those of a weaver, and a bee puts to shame many an architect in the construction of her cells” (Marx, 2001, p. 162). But, unlike a bee, before he erects it in reality, the architect raises it in his imagination – let us say, he creates a virtual project, consciously plans a future product creation.

The virtual world is a reality of a different order in contrast to spatial (material) reality.

Virtual is a “probably true”, imaginary object, not present in real-time, but created mainly by the imagination of a person, or simulated using other items.

It is well known that the first human-made things of humankind were tools, mostly of imitative nature. One of the first examples of such imitation is the creation of the original bowls resembling a folded palm of hands with which water was scooped up. S. Bezkhubenko (2015): “Even the most primitive product – a rough cup or hand-made jug – the result of a complex, primarily a thought process: from comprehending the shape of a natural object, comprehending its meaning and becoming its image, its image in the imagination, to determining mentally and testing in practice, ways and means of materialising, “embodiment”, the image of this form (selection of the proper material and the search for the appropriate technique), and, finally, work on the realisation of the concept in a subjective sense form ... In other words, any product is objectification, ‘embodiment’ of human thought, the human spirit” (pp. 206–207).

The way to represent ideas in the human mind comes from techniques and technologies (the logic of using technology).

In the case when the technology of using the product is complicated (improved), similarity to its predecessor is often preserved, the already known work familiar in use is imitated. The first car made similar to a carriage, an aeroplane resembling a bird, a steam locomotive that has legs instead of wheels... These are examples of imitation of the external features of previous models often unnecessary for the technological functioning of the new ones.

From the beginning of life, a person is continuously immersed in virtual reality: dreams, thoughts, mental images, memories, delusions are generated continuously in the human imagination.

Everyone perceives the objective world through the prism of their preferences and ideas about it, through their own virtual world. No wonder there is a proverb: “We perceive people from the side that they are facing us”. The illusory representations, mythological and religious beliefs are products of the subjective virtual reality of humankind.

Simulacra images as virtual objects. In the context of the study of the process of artworks creating, it could be considered that virtual is an image that is born in the artist imagination and is realised in a definite form in the process of creative activity.

Plato notes that a person creates (produces) objects in the likeness of images created in his imagination, which, in turn, can be invented based on objects already existing in real spatial life or designed, nonexistent before. Plato calls the latter “simulacra” images, a copy of what does not actually exist. The simulation was presented by Plato as a continuous process, where each simulation created a group of the new ones (Plato, 1993, pp. 339–345; Deleuze, 1969, p. 336).

Any fiction can be called a simulacrum. In the context of our study, the simulacrum plays a unique role, because it, as a copy of the nonexistent, provides for its origin in the imagination of the artist, and only then its objective realisation in space. A similar opinion is expressed by Gilles Deleuze: in his understanding, a simulacrum is not just a copy of copies, but a phantasmagoric image, unlike any previously existing one. Deleuze (1969) points out: “There is some kind of madness in the simulacrum, which is unlimited becoming. Always different becoming, which is not characterised by deep becoming, that bypasses the equal, the border, the same or similar: larger or smaller, but never the same” (pp. 336–337). We find similar remarks in Jean Baudril-

lard (2004): “a simulacrum bears no relation to any reality whatever: it is its own pure simulacrum” (p. 13). “Later, Baudrillard claimed that reality has disappeared, been killed, and we prepare ourselves for a hyperreal or virtual existence. He suggested that the world was expediting toward the fourth stage of simulacra, the fractal stage, in which the virtuality would colonise the reality completely” (Kline, 2014, p. 643).

The modern production of art products (works) has a complicated public infrastructure from the processes of manufacturing artefacts, their preservation and restoration to the creation of educational institutions for the training of new art historians, material and technical and production facilities.

It is well known that art is a conscious process of creating art objects, which begins with the emergence of an idea in the artist’s head, the “cultivation” of an image in his mind, and the further objectification of this image in the objective world. However, this theory applies not only to art-making but also to the life of humanity in general – the conscious process of mastering people in the world. Our first ancestors for successful hunting of the beast had explicit knowledge of their place and awareness of the role in the hunting process and at the same time have a general idea of the general process course. To do this, they first needed to virtually present the planned situation and “lose” it in their minds to avoid undesirable consequences.

The production of artwork, from the moment when its image is born in the imagination of the artist until it is embodied (materialised) in a certain material, and then the search for its completion in the minds of consumers, is a complex psychological ultrastructure of art.

To trace the ultrastructures of the artwork and to examine the correspondence of the image – objectification – of the work perception by the consumer, we will consider the work of the outstanding masters of painting Leonardo da Vinci and Rembrandt van Rijn.

Artists had a common disease – squint (exotropia), as a result of which the world was perceived differently for them – they saw a slightly altered picture of reality, in a two-dimensional plane. The ability to see three-dimensional objects – the so-called binocular vision – depends on the accuracy of the direction of view. With the correct focusing of both eyes, the brain combines two flat images into one three-dimensional (stereoscopic). If this ability is violated (as in the case with Leonardo and Rembrandt), the images do not merge, but are shifted relative to each other – the image becomes blurred. This is how Leonardo’s paintings *The Savior of the World* (1499), *Gioconda* (1503) and all 36 Rembrandt’s self-portraits look like where there is strabismus of the depicted persons and a peculiar technique of smearing, resulting in a blurred image. We can state with accuracy the fact that created mental images which artists planned to capture on canvases are fundamentally different from those images perceived by viewers. It is also possible to assume that this discrepancy between the images of the artist-consumer provides the artists with mystery and uniqueness.

Another well-known fact is that the musical work of the last life period of the composer Ludwig van Beethoven, who was sick with deafness. *Symphony No. 9* was written by him in 1824, that year, when the artist was completely deaf. Here it’s challenging to talk about the virtuality of images, creating melodic drawings and scoring with musical instruments. However, it can be said with accuracy that the

imaginatively melodic series (image), perfect knowledge of the musical staff and the ability to find the right sound following these principles – these primary dominants (image-knowledge-skill) helped Beethoven create a masterpiece of classical music that he could hear only in his virtual world.

The viewer (listener) of the final material art product perceives the work subjectively, through the prism of its own ideas and beliefs; therefore, there is no exact probability that the latter will accurately understand the content and nature of the artist's work of art. The expression "Art is subjective" is well-known.

The expression is known to everyone: "We will draw – we will live". Indeed, before building, creating something in a real three-dimensional space, the artist must imagine the image, model, details of the future. No one could think that this expression will become a reality when it becomes possible to get real artefacts from drawings, create houses, furniture, cars and the like.

Thanks to modern digital technology, it is possible to translate into reality any ideas of the artist and virtualise art vice versa. Most contemporary artworks, according to Frank Popper, are virtualised. F. Popper shows that contemporary virtual art is the further improvement of technological art at the end of the 20th century, as well as a departure from it.

Recall that the technology of computer calculation from the beginning of its inception had nothing to do with the world of art. These were purely commercial mathematical developments in the field of cybernetics. The computer, having entered the everyday human life, began to be used in all areas of its life. The artistic activity was no exception. Machinery and computerisation technologies have interested artists from the musical, theatre, visual arts, composers, stage directors, producers and the like.

In everyday life, it began to be used not familiar to the perception and understanding of the concept of "automation of the creative process". There is a tendency to attract computer technology anywhere, even where such use would seem impossible.

At the beginning of the 20th century, with the development of machinery and cybernetics, experiments began with the introduction of computer and computing technologies in the visual arts and sculpture – the phenomenon of "kinetic art" appears.

So, now the term "virtual art" describes the phenomenon of art virtualisation in the field of technical media that arose in the late 1980s (in some cases a little earlier).

The latest technology allows for detailed and accurate reproduction of the art form following the artist's ideas. Moreover, it is possible to create a virtual analogy of any artefact, replicate and restore artwork using three-dimensional modelling and 3D printing.

With the appearance of modern computer technologies, along with new methods of spatial object virtualisation, it became possible to create any models in real-time and space: orbits, satellites, rare animals and plants, the underwater bottom and other places inaccessible to humans.

New digital art is born at the intersection of artistic creation and technological means. In this context, opportunities and relationships are still being formed. So, significant prospects are opening up for the creation of virtual reality using computing and cybernetic machines.

Conclusions

As a result of this study, we have proved that the process of creating a work of art begins with the creation of a virtual image (concept statement) in the imagination of the creator and ends with the materialised form of the original plan. This process is called as psychological art ultrastructure. The virtuality of the objective world of things is determined by the subjective worldview, the presence of human consciousness “idols”, through which knowledge, instead of displaying reality, is the result of only its simulation.

On the example of artworks (in particular, on works by Ludwig van Beethoven, Leonardo da Vinci, Rembrandt van Rijn) the relationship between virtual and objective reality are investigated. Fabled image precedes the immediate process of creating a material product and often does not coincide with the material image of its invariant. The production of works of art occurs through the use of technology and technology (the logic of using technology).

Thus, the concept of the psychological ultrastructure of art becomes essential in the study of art history and requires further scientific consideration.

References

- Artaud, A. (1958). *The Theatre and Its Double*. Grove Press [in English].
- Baudrillard, J. (2004). *Symuliakry i symuliaciia [Simulacra and simulation]*. Osnovy [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. (2015). *Vstup do kulturolohii. Teoretychne doslidzhennia [Introduction to Cultural Studies. Theoretical study]*. Alterpres [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. (2016). *Teksty rozdumiv [Reflection texts]*. Karpaty [in Ukrainian].
- Bozhko, L. (2016). Virtualna kultura v epokhu postmodernu: turystski praktyky [Virtual Culture in the Postmodern Era: Tourist Practices]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 11–15. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2016.138560> [in Ukrainian].
- Deleuze, G. (1969). *Logique du sens*. Les éditions de Minuit [in French].
- Gilson, E. (2018). *John Duns Scotus: Introduction to His Fundamental Positions*. T&T Clark [in English].
- Horuzhij, S. (1997). Rod ili ne rod? Zametki k ontologii virtual' nosti [Genus or not genus? Notes on the ontology of virtuality]. *Philosophy issues*, 6, 56–74 [in Russian].
- Kline, K. (2016). Jean Baudrillard and the Limits of Critical Media Literacy. *Educational Theory*, 66(5), 641–656. <https://doi.org/10.1111/edth.12203> [in English].
- Kyrychenko, M. (2018). Kontsepsiia symuliakriv virtualno-onlainovoi kultury informatsiinoho suspilstva: kontseptualni vymiry postmodernistiv [Conception of simulative virtual culture of informal suspension conceptual postmodernism]. *Humanitarnyi Visnyk zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, 73, 62–71. <https://doi.org/10.30839/2072-7941.2018.143882> [in Ukrainian].
- Leushkin, R. (2014). Virtual'nyj obekt kak problema konstruktivnogo realizma [Virtual object as a problem of constructive realism]. *Fundamental research*, 6(7), 1553–1558 [in Russian].
- Marx, K. (2001). *Kapital [Capital]* (Vol. 1.). ООО “Izdatelstvo AST” [in Russian].
- Nosov, N. (1997). Foma Akvinskii i kategoriia virtualnost [Thomas Aquinas and the category of virtuality]. In *Virtualnaia realnost. Filosofskie i psikhologicheskie problemy [The virtual reality. Philosophical and psychological problems]* (pp. 68–85). Progress [in Russian].

- Plato. (1993). *Sobranie sochinenii [Collected works]* (Vol. 2.). Mysl [in Russian].
- Polska, T. (2018). Filosofski aspekty virtualnoi realnosti y fenomeni "nevydymosti" (invisibility) media [Philosophical Aspects of Virtual Reality in the Invisibility Phenomenon of media]. *Aktualni problem filosofii ta sotsiologii*, 8, 109–111. <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i.291> [in Ukrainian].
- Popper, F. (2008). From Technological to Virtual Art. *Leonardo*, 41, 192–193. <https://doi.org/10.1162/leon.2008.41.2.192> [in English].
- Thomas Aquinas. (1969). Summa teologii [The Summa Theologiae]. In *Antologiya mirovoi filosofii* (pp. 848–849). Mysl [in Russian].
- Troitska, T. S., Troitska, O. M. & Popravko, O. V. (2019). Virtualnyi symbolichniy svit u zmistovnomu informatsiinomu prostori Homo educandus [Virtual symbolic light in the vast informational space Homo educandus]. *Ukrainian Journal of Educational Studies and Information Technology*, 7(2), 20–27. <https://doi.org/10.32919/uesit.2019.02.03> [in Ukrainian].

■ ВІРТУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ТА ЙОГО ВІДПОВІДНІСТЬ СТВОРЕНИМ МАТЕРІАЛЬНИМ АРТЕФАКТАМ

■ Совгира Тетяна Ігорівна

Кандидат мистецтвознавства,

ORCID: 0000-0002-7023-5361, e-mail: STIsovgyra@gmail.com,

Київський національний університет культури і мистецтва,

Київ, Україна

■ Анотація

Мета статті – дослідження поняття віртуального образу, створеного в уяві художника і його відповідності матеріальному інваріанту. Методологія дослідження базується на системному підході аналізу віртуального виміру мистецтва. У статті аналітичний метод застосовується для аналізу філософської, художньої, історико-культурної літератури за темою дослідження. Теоретично-концептуальний метод використовується для характеристики концептуально-термінологічної дослідницької системи, порівняльно-типологічний метод – для з'ясування відповідності віртуального образу, який формується в уяві людини, зі знайденими матеріальними артефактами. У роботі висвітлено концепцію Платона «про специфіку створення образів та симулякрів», положення «про категорію віртуальності» Фоми Аквінського та концепцію «психологічної ультраструктури мистецтва» С. Безклубенка (2015). Наукова новизна полягає в тому, що вперше досліджено відмінності між віртуальним зображенням і його матеріальним інваріантом, використовуючи приклади робіт Людвіга ван Бетховена, Леонардо да Вінчі і Рембрандта ван Рейна. Висновки. Доведено, що процес створення твору мистецтва починається з формування віртуального образу (проєкту) в уяві творця і завершується уречевленою формою первісного плану. Виробництво художнього твору, з моменту, коли його зображення народжується в уяві художника, до його втілення (матеріалізації) в певний продукт, а потім пошук його завершення у свідомості споживачів є складною психологічною ультраструктурою

мистецтва. На прикладах відомих творів мистецтва з'ясовано, що кінцевий результат творчості часто не відповідає запланованому віртуальному проекту.

▪ **Ключові слова:** віртуальність; віртуальний образ; образотворче мистецтво; уява; артефакти; віртуальна реальність

▪ ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ И ЕГО СООТВЕТСТВИЕ СОЗДАНЫМ МАТЕРИАЛЬНЫМ АРТЕФАКТАМ

▪ **Совгира Татьяна Игоревна**

▪ *Кандидат искусствоведения,
ORCID: 0000-0002-7023-5361, e-mail: STIsovgyra@gmail.com,
Киевский национальный университет культуры и искусства,
Киев, Украина*

▪ **Аннотация**

Цель статьи – исследование понятия виртуального образа, созданного в воображении художника и его соответствия материальному инварианту. Методология исследования базируется на системном подходе анализа виртуального измерения искусства. В статье аналитический метод применяется для анализа философской, художественной, историко-культурной литературы по теме исследования. Теоретико-концептуальный метод используется для характеристики концептуально-терминологической исследовательской системы, сравнительно-типологический метод – для выяснения соответствия виртуального образа, который формируется в воображении человека, найденным материальным артефактам. В работе освещена концепция «о специфике создания образов и симулякров» Платона, положение «о категории виртуальности» Фомы Аквинского и концепция «психологической ультраструктуры искусства» С. Безклубенко (2015). Научная новизна заключается в том, что впервые исследованы различия между виртуальным изображением и его материальным инвариантом, используя примеры работ Людвиг ван Бетховена, Леонардо да Винчи и Рембрандта ван Рейна. Выводы. Доказано, что процесс создания произведения искусства начинается с формирования виртуального образа (проекта) в воображении творца и завершается овеществленной формой первоначального плана. Производство художественного произведения, с момента, когда его изображение рождается в воображении художника, до его воплощения (материализации) в определенный продукт, а затем поиск его завершения в сознании потребителей является сложной психологической ультраструктурой искусства. На примерах известных произведений искусства выяснено, что конечный результат творчества часто не соответствует запланированному виртуальному проекту.

▪ **Ключевые слова:** виртуальность; виртуальный образ; изобразительное искусство; воображение; артефакты; виртуальная реальность

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221066
УДК 130.2:[159.937: 37.017]:82.0

СПРИЙНЯТТЯ ТА ВИКЛАДАННЯ ХУДОЖНЬОЇ ТВОРЧОСТІ ЗА ТЕКСТАМИ ХАРКІВСЬКОГО КУЛЬТУРОЛОГА ОЛЕКСІЯ СЕЛІВАЧОВА

Гаврилюк Алла Степанівна

Аспірантка,
ORCID: 0000-0002-6833-6462, e-mail: alla_stepp@ukr.net,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Гаврилюк, А.С. (2020). Сприйняття та викладання художньої творчості за текстами харківського культуролога Олексія Селівачова. *Питання культурології*, (36), 195-205. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221066>.

Анотація

Мета статті – конкретизувати світоглядні, естетичні й етичні чинники радикальної переоцінки значення класики для сучасності на початку ХХ століття, в період, який заведено називати «срібним віком» культури. Актуальність теми випливає з висвітлення одного з аспектів зміни гуманітарного дискурсу на етапі революційного переходу від однієї соціально-політичної формації до іншої. Методологія дослідження. Зазначена в меті статті проблема розглядається на основі аналізу науково-публіцистичної діяльності одного з талановитих молодих представників академічного харківського середовища, котрий писав дисертацію під опікою академіка М. Сумцова, досліджуючи проблеми сприйняття та викладання художньої творчості. Джерелами дослідження слугували в основному неопубліковані рукописи О. Селівачова, що зберігаються в родинному архіві. Наукова новизна полягає у введенні значених джерел до наукового обігу. Висновки. Процеси такого переосмислення, де вищою точкою стало вульгарно-соціологічне приниження мистецької класики внаслідок подій 1917 року, розпочалися не в пролетарських гуртках, а в академічних колах, які згодом чи не найбільше постраждали від революції. Продемонстровано помітне прагнення О. Селівачова зрозуміти та пояснити протиріччя в творах і вчинках досліджуваних ним персонажів, оскільки суперечності, як чинники поступу, постійно привертати увагу науковця. Виявлено, що розглянуті тексти О. Селівачова яскраво відбивають ідейні суперечності революційної доби щодо ставлення до класики та новітніх форм художньої творчості в аспекті пріоритету естетичних або морально-дидактичних критеріїв. З'ясовано, що глорифікація наприкінці ХІХ ст. фольклорної та поетичної класики швидко змінювалася на початку наступного століття критичним ставленням. І сприяли цьому найрізноманітніші чинники у широкому спектрі від консервативних

антипрогресистських ідей – до модерністських і авангардних інтенцій радикального оновлення.

Ключові слова: художня творчість; поезія; сприйняття художнього твору; переоцінка цінностей; класика і сучасність; викладання; срібний вік

Вступ

Філософські та психологічні основи художньої діяльності складають одну з наскрізних ліній у науковій творчості О. Селівачова, починаючи від його студентського дослідження «З сучасної російської лірики» (Селивачёв, 1911), виконаного під час навчання в мюнхенському та лейпцизькому університетах (1909–1911), й закінчуючи останніми датованими текстами 1919 року. За цей період ним написано на різні теми в різних жанрах понад 10 аркушів (збереглося близько 260 сторінок), які становлять репрезентативний матеріал і для висвітлення його позиції, й для формулювання наших висновків.

Відзначимо, що в дусі доби нашого автора найбільше ваблять символіка й містика. Тому й пише він здебільшого про філософів і митців, яких умовно називають декадентами, містиками, символістами. Часто згадує К. Бальмонта, О. Блока, В. Брюсова, В. Іванова, Ф. Сологуба, М. Чурльоніса. І передусім на матеріалі їхньої творчості 1915 року підготовлена серія доповідей Олексія Федоровича на тему «Містицизм у поезії та живопису» (Селивачёв, 1915). Дослідник виділяє серед названих імен дві групи. Перша – це «поети життя» (К. Бальмонт, В. Брюсов, Ф. Сологуб), а друга – «поети мрії» (О. Блок, В. Іванов, М. Чурльоніс). Поезію перших, що не потребує тлумачень, Селівачов уподібнює квітам, які живляться реальним ґрунтом. А поезію других порівнює з квіткою, чиє коріння у воді. Вона живиться переважно не життєвими, а літературними враженнями, тому туманна, недостатньо зрозуміла для сприйняття без пояснень і коментарів.

Впродовж життя молодий вчений, зайнятий здебільшого викладанням у гімназіях Дуббельна (Латвія), Новочеркаська, Вільна, Харкова (серед його учнів – Михайло та Микола Бахтіні, Олександр Квятковський), встиг оприлюднити лише кілька своїх статей і доповідей (Селивачёв, 1916а; 1917), які були оцінені такими відомими сучасниками, як М. Гершензон, П. Струве, М. Сумцов. Передчасна смерть на 33-му році життя та буремні події ХХ ст. зумовили повернення праць О. Селівачова до ширшого наукового вжитку лише 1995 року, коли почали передруковувати та публікувати невідомі раніше рукописи. Література про нього – чотири хоч і стислі, проте ґрунтовні розвідки доктора мистецтвознавства А. Пучкова та кандидата технічних наук Ю. Марченка, що побачили світ у київських, віленських і чебоксарських виданнях (Пучков, 2003; 2006; Puczkow & Marczenko, 2013; Пучков & Марченко, 2016). Згодом до них додалася й наша розвідка про родовід і нащадків Олексія Федоровича (Гаврилюк, 2020).

Мета статті

Конкретизувати чинники радикальної переоцінки значення класики для сучасності на початку ХХ століття, спираючись на дослідження науково-публіцистичної діяльності О. Селівачова, його праці з питань сприйняття та викладан-

ня художньої творчості. Зазначена проблема розглядається на основі аналізу науково-публіцистичної діяльності одного з талановитих молодих представників академічного харківського середовища, котрий писав дисертацію під опікою академіка М. Сумцова, досліджуючи проблеми сприйняття та викладання художньої творчості. Джерелами дослідження слугували в основному неопубліковані рукописи О. Селівачова, що зберігаються в родинному архіві.

■ Виклад матеріалу дослідження

Характер наукової діяльності О. Селівачова значною мірою зумовлений його професією викладача. Далекий у власних історико-теоретичних розвідках від дидактики та моралізаторства, він не міг не зважати на цей аспект, випробовуючи свої спостереження й умоглядні побудови гімназичною практикою та ділячись своїм досвідом з колегами по вчительській корпорації.

Знавець вітчизняної словесності О. Селівачов усвідомлює неможливість її охоплення гімназистами в повному обсязі, що забезпечує цілісне та повноцінне сприйняття, тому й обстоює поглиблене їх ознайомлення тільки за обраними вчителем зразками, замість хронологічного вивчення історії літератури, що вимушено стає пунктирно-фрагментарним за умов хронічного дефіциту навчальних годин і переважання учнів.

Понад те, він у багатьох текстах аргументує думку про важливість вивчення літератури передусім як засобу формування мовної компетенції учня, що дозволить йому навчатися самостійно мислити та виразно, правильно й адекватно висловлюватися. Ця ідея найретельніше розгорнута в його доповіді про методику роботи з написання гімназистами творів, яку він виголосив на харківському педагогічному з'їзді 7 червня 1916 року (Селівачёв, 1916с).

Хоча світоглядна позиція в текстах Олексія Федоровича прямо майже не виражена, в університетських дискусіях він дотримувався правих поглядів, опонував атеїзму та соціал-демократичній пропаганді. Принаймні, це впливає з адресованих до нього листів, яких збереглося близько двохсот. Але Селівачов – адепт новітнього мистецтва. Переваги останнього для сучасного сприйняття, зосібна гімназистами, він аргументує системою доказів, які можна узагальнено звести до таких пунктів:

- 1) суголосність добі, психологічна близькість сучасникам;
- 2) високі художні властивості, зокрема, розмаїтість форм і виражальних засобів, актуальна тематика;
- 3) пріоритет естетичного над раціональним, що звільнює серцевину мистецтва – лірику – від невластивих їй завдань.

Ці тези О. Селівачов ілюструє, зокрема, прикладами рим, які в новітній поезії трапляються не тільки в кінці, а й усередині рядків; крім попередніх чоловічої, жіночої та дактилічної рими (де наголошується третій склад від кінця), входять ужиток 4-х складова, наприклад: закánчивая – замáнчивая (вже у Я. Полонського), застéнчивая – увéнчивая, і навіть п'ятискладова (скóвывающий – очарóвывающий, протягиваются – притра́гиваются), комбінуються рядки різних розмірів, уперше з'являються семистопні рядки, чотирьохскладові стопи тощо (Селівачёв, 1911, с. 8–9).

У цьому, так би мовити, «новому виданні суперечки старих і нових» інтонація його текстів інколи виявляє втому (не без епатажу) від властивої XIX століття своерідної «канонізації» класики, починаючи з усного фольклору, що багатьма вважався в ту добу ніби підвалинами народної самоідентифікації.

Найбільш концентровано критика ним усної простонародної творчості в аспекті її педагогічних можливостей щодо сприйняття учнями, розгорнута в неопублікованій статті про викладання мови та словесності в середній школі, закінченій у Харкові 17 вересня 1918 року (Селивачёв, 1918а), тобто, до утвердження там більшовицького режиму. Наче випереджаючи ймовірні закиди щодо її змісту, О. Селивачов оснащує статтю аж двома епіграфами («Senseo Carthaginem esse delendam» і «Поспішайте висловлювати парадокси, поки вони не встигли стати трюїзмами»); зазначає у вступі, що не торкатиметься впливу на середню школу військових і революційних подій, а зосередиться лише на головній причині незадовільного стану школи, відчутній задовго до 1914 року. Йдеться про невідповідність старих програм новому контингенту учнів.

Він пояснює, що дореволюційні гімназії приймали учнів за конкурсом. Але сучасні приватні гімназії призвели до так званої демократизації школи, тобто, по-перше, до збільшення кількості учнів і, по-друге, до зниження їх якості. Незалежно від ставлення до першої чи другої частини поняття «демократизація школи», з цією реальністю доводиться рахуватися всім. І це зумовлює переоцінку попередньо утвердженого місця та ролі класики в навчальному процесі (Селивачёв, 1918а, с. 1–2).

Говорячи про фольклор, Олексій Федорович іронізує над спробами фольклористів зобразити великоруський епос у вигляді поетичного морального катехізи-су (О. Міллер, А. Сиротинін). Наводить і протилежні думки щодо брутальності та несмаку билин (В. Белінський, І. Тургенев, І. Бунін). Солідаризуючись із ними, розгортає низку конкретних прикладів. Зокрема: зухвалість і, говорячи сучасною мовою, хуліганство та жорстокість Іллі Муромця (Селивачёв, 1918а, с. 11).

Так звані «нижчі епічні пісні», зібрані О. Соболевським у 1-му томі «Великоруських народних пісень» (Соболевский, 1895), виводять уже цілу низку жадлимих типів, зухвалих вихваток і безмежного цинізму. Олексій Федорович підрахував, що з-поміж 479 варіантів пісень важко знайти таку, що не ображала б морального почуття. Приміром, їх улюблений герой – Ванька-ключник, який звабив дружину князя. Народ захоплений сміливістю Ваньки, його красою, молодістю, відвагою перед шибеницею. Проте в жодному варіанті сюжету (№ 25–48) нема й натяку на любов до княгині, що частково б виправдовувала Ваньку. Натомість останній цинічно підкреслює, що завдяки їй він солодко їв, добре пив і гарно вдягався.

Така зухвалість, – відзначає Олексій Федорович, не могла не вразити Ф. Сологуба (Сологуб, 1909), який зробив героями своєї повісті пісенного Ваньку-ключника та вигаданого ним пажа Жеана, протиставляючи великоруську підлість європейській галантності. Подібну ж огиду викликає оспівування спритного холопа (№ 51–59), котрий зачарував і панну, і її дочку, та ще й весело погрожує викрасти останню.

Якщо поблажливість народної маси до цих персонажів можна витлумачити ненавистю до панів (а чим вони уявляються у фольклорі, видно з № 274–278, де

дівчина помирає від одного тільки страху перед залицяннями пана), то жодного виправдання нема для оспівування хоч би того «нежонатого» славного парубка (№ 247–250), котрий, сидючи під липою, співає під гуслі про своє «одруження», що загрожує в'язницею. Багато пісень оспівують страшні злочини без реальної мотивації.

Щоправда, не всі пісні схвалюють подібні злочини, скоєні з незрозумілих мотивів, але в автора (гадаємо, не без впливу тодішніх буремних подій) лишається гнітюче враження, що незчисленні звірства й жорстокості – чи не головна тема для оспівування вітчизняним фольклором. В інших випадках злочини вмотивовані, проте жодною мірою не виправдовують жорстокості.

Відтак Олексій Федорович вважає ознайомлення з такими піснями шкідливим, оскільки воно може в учнях із брутальними схильностями їх посилити, натомість у натурах естетичних і гуманних викликати відразу до народної творчості й самого народу, «що небажано, незалежно від питання, була б ця антипатія заслуженою, чи ні» (Селивачёв, 1918b, с. 16).

Переконуючи в незручності шкільного вивчення народної поезії в повному складі (необхідному при історико-літературному методі), він пропонує розглянути з тієї ж точки зору деякі твори класичного письменства, зокрема К. Батюшкова. Підручники та хрестоматії ніколи не викладають і не передрукують романтичних його творів у античному смаку, що мають найбільше поетичне значення. Отож учень, який вивчає Батюшкова за гімназичними посібниками, не розуміє, чому саме цей письменник заслуговує уваги.

У своєму дещо епатажному несприйнятті О. Пушкіна для цілісного вивчення гімназистами, молодий 30-літній педагог залучає в союзники цілий ряд авторитетів із різних ідеологічних напрямів. Зокрема, закоханого в геній О. Пушкіна М. Гоголя, котрий сам собі боявся в цьому зізнатися («Выбранные места», гл. XIV «Об односторонности») (Гоголь, 1898); Д. Писарева, Л. Толстого, М. Неплюева. Останній, син чернігівського губернатора, відомий спробами радикально реформувати суспільство на християнських засадах, у творі «Что есть истина», отд. II «Жизнь по обычаю мира сего» (Неплюев, 1901, с. 156–162) розглядає паралельно творчість О. Пушкіна й С. Надсона та доводить, що ці «два цілком протилежні за духовним настроєм поети обидва здатні справити гнітюче враження на всякого вразливого юнака, талановито застилаючи від очей сонце правди, зваблюючи один – на п'яний розгул, другий – на сумне життя» (Селивачёв, 1918a, с. 17).

З дивовижним полемічним запалом Олексій Федорович повстає проти оспівування Пушкіним лінощів. Очевидно, педагогічна доцільність затьмарила йому в суворі роки громадянської війни просту істину, що риторично вихваляючи «лінощі», поет має на увазі передусім вільне від обов'язку напруженої праці дозвілля, години роздумів, молитви, медитації, коли геній може належати своїм незапланованим думкам.

І тоді стануть зрозумілішими епітети до «лени», яку поет іменує «золотою» («Всевожскому»), «мудрою», «похвальною», своєю царицею та навіть єдиною богинею («Сон»), в якій він у полоні (*ibidem*), називаючи себе «молодым ленивцем» («Моему Аристарху»), «счастливой лени верным сыном» («К товарищам

перед випуском») і «повесой вечно праздным» («Послание Юрьеву»). Він живе «на лоне лени» («Черныльница»), «мнет луга своей бродящей ленью» («Домовому»), «с Вахом нежится лениво» («Воспоминание»), знає «наслажденье ленью сонной» («К ***») і зізнається: «Весь день, отъявленный ленивец, не зная дум других и дел, мечтаю я»; «лень, укрыв меня в пустыню сень, своею цепью чувства вяжет» («К Юдину»).

Справді захоплює терпляча наполегливість, із якою О. Селівачов вишукує з творів О. Пушкіна всі варіанти, скажімо так, «ледачої парадигми», ніби милуючись ефектами власної ретельності: «Приди, о лень, в мою обитель» («Сон»); «Меж лени и Морфея беспечный дух лелея, еще хоть год один позволь мне полниться» («Дельвигу»), заповідає йому ж «и лень, и лиру», а друзям – «память прошлых красных дней, окованных счастливой ленью» («Мое завещание»); сподівається випросити перед смертю «лишний миг у верной лени» («Кривцову»).

О. Пушкін закликає свого шкільного товариша А. Дельвіга: «Любовью, дружеством и ленью уккрытый от забот и бед, живи под их надежной сенью»; називає викладача Галича «мудрецом ленивым» і каже йому: «тебя зовут и сон ленивый, и кубок, полный через край». Те, що більшість наведених цитат узяті зі шкільних екзерсисів О. Пушкіна, не пом'якшує, на думку Селівачова, їхньої антипедагогічності, навпаки, дає привід учневі-ледарю виправдовуватися, що лінощі не завадили Пушкіну стати предметом вивчення в школі, на що викладачеві важко буде переконливо заперечити.

Напевно, жахи війни й революції зумовили несприйняття О. Селівачовим оспівування чи романтизації класиками мілітарної героїки (Но что прелестней и живей / войны, сражений и пожаров, / кровавых и пустых полей), хоча такого не бракує й у новій поезії, наприклад, у Р. Кіплінга чи М. Гумільова.

Показово, що в лекції про О. Пушкіна (збереглися прикінцеві сторінки 13–18 рукопису) (Селівачов, 1916b) головним у його творчості названо християнські мотиви всепрощення. Вони лунають у творах, де діють як позитивні літературні герої (літописець Пімен, Тетяна Ларіна, старий батько Земфіри), демонічні персонажі (Алеко, Євгеній Онегін, Фауст) так і реальні постаті (Моцарт і Сальєрі), історичні діячі, представники влади, яких не можна вимірювати тією ж моральною мірою, що й звичайних людей. Серед них царі Борис Годунов, Василій Шуйський, Петро I, гетьман Мазепа, Наполеон Бонапарт, імператор Олександр I та ін. І ліричний герой Пушкіна схильний прощати тих, хто завдав йому лиха, причому не тільки в плані особистому, а й у народному.

Не менш обережний Олексій Федорович і в оцінці дидактичного потенціалу поезії М. Лермонтова, шкідливість якої «визнається навіть і тими, хто співчутливо ставиться до поезії О. Пушкіна, наприклад, В. Соловйовим. Заступаючись перед останнім за М. Лермонтова, Д. Мережковський (2002) все-таки зображає його настільки огидно, що апологія не досягає мети» (Селівачев, 1918a, с. 22–23). Богоборство М. Лермонтова, на переконання О. Селівачова, зовсім не те, що в Іова Багатостражденного, або в Івана Карамазова. Лермонтов протестує не проти світового зла, котре він особисто примножує, а проти неможливості реалізувати свою безмежну гордість. Недарма ж улюблений твір Михайла Юрійовича, в якому він зобразив самого себе – «Демон».

Але вчителі словесності зазвичай представляють поезію М. Лермонтова, порівнювану Селівачовим із розривною бомбою. Вони висувають на перший план найменш характерні його твори: «Ангел», «В минуту жизни трудную», «Я, Матерь Божия», «Когда волнуется». Попри це вчителі все-таки не можуть уникнути детального розгляду роману «Герой нашего времени». Знайомство з ним учнів, – завершує свій розгляд Олексій Федорович, – не дасть їм жодної користі, якщо постать головного героя Печоріна виявиться для них чужою та незрозумілою, та завдасть шкоди, коли він їх зацікавить і викличе симпатію. (Селівачов, 1918а, с. 23).

О. Селівачов доходить висновку, що при подібному вибірковому підході неможливо сформувати наукове, всебічне, цілісне сприйняття розвитку художньої літератури саме як історичного процесу, тому правильніше буде відмовитися від претензій на викладання «історії» й обмежитися вивченням окремих найбільш показових творів.

Свою позицію він підкріплює схожими міркуваннями, висловленими в підручнику «Родной язык в средней школе» (Алферов, 1911). Замінювати ж для характеристики епохи живі образи конкретних персонажів із літературних творів абстрагованими, зовсім не варто. На думку Селівачова, ненауковість такого заходу, використовуваного задля легкості багатьма письменниками, котрі вважають себе істориками культури (наприклад, Д. Овсяннико-Куликовський та інші), переконливо з'ясована М. Гершензоном (Лансон, 1911) у післямові до його перекладу «Методу в історії літератури» Густава Лансона.

■ Висновки

З'ясовано, що розглянуті тексти О. Селівачова яскраво відбивають ідейні суперечності революційної доби щодо ставлення до класики та новітніх форм художньої творчості в аспекті пріоритету естетичних або морально-дидактичних критеріїв.

Ентузіастично підтримуючи (попри власну швидше консервативну світоглядну позицію) ще не визнане всіма сучасниками мистецтво модерністів, О. Селівачов усвідомлює відсутність прямої відповідності між естетико-художніми перевагами, політичними та релігійними переконаннями, й це підтвердили наступні події. Він знає, що конфлікти старого й нового неминуче тривають упродовж усієї історії, набуваючи своєрідних особливостей у кожному епосі та країні. Проте в ранніх апологетичних статтях 1911–1916 років ніби виправдовує модерністів (К. Бальмонта, О. Блока, В. Брюсова, В. Іванова, Ф. Соллогуба, М. Чурльоніса) за ті самі «антипедагогічні» мотиви (зокрема, егоїстичні, демонічні), що 1918 року так дошкулятимуть йому в народній творчості та у класиків, передусім у О. Пушкіна й М. Лермонтова.

Розкрито своєрідну зміну віх у текстах О. Селівачова після 1917 року. З'ясовано, що зумовлено це не політичною кон'юнктурою, адже в тогочасному Харкові 1918–1919 рр. влада найдовше належала не більшовикам, а німцям, гетьманцям, денікінцям. Швидше йдеться про загальне усвідомлення кінця культури імперського періоду. Імена уявних ідейних союзників, які залучає О. Селівачов, показують широке коло критиків і класики, й фольклорної традиції, котрі пред-

ставляють усі напрями культурно-соціологічної думки XIX століття. Тут і революціонери-демократи (В. Белінський, М. Добролюбов, Д. Писарєв), і ліберали (І. Бунін, М. Гершензон, І. Тургенєв), і консерватори містичних і слов'янофільських відтінків (М. Гоголь, О. Міллер, С. Соловйов, А. Соболевський), і шукачі релігійного відродження (Д. Мережковський, М. Неплюєв, Л. Толстой). При цьому вплив багатьох із них відчувається в текстах молодого харківського вченого.

Продемонстровано помітне прагнення О. Селівачова зрозуміти та пояснити протиріччя в творах і вчинках досліджуваних ним персонажів, оскільки суперечності, як чинники поступу, постійно привертали увагу науковця, наприклад, у його найбільших за обсягом основних працях про таких парадоксальних мислителів, як Георг Даумер, Василій Розанов, Фріц Маутнер.

Зрештою, тексти О. Селівачова переконливо відображують, якими саме шляхами глорифікація наприкінці XIX ст. фольклорної та поетичної класики швидко змінювалася на початку наступного століття критичним ставленням. І сприяли цьому найрізноманітніші чинники у широкому спектрі від консервативних антипрогресистських ідей – до модерністських і авангардних інтенцій радикального оновлення.

■ Список використаних джерел

- Алферов, А. Д. (1911). *Родной язык в средней школе (Опыт методики)* Сотр. школа.
- Гаврилюк, А. (2020). Роль родинної традиції у становленні творчої особистості (на прикладі п'яти поколінь Селівачових). *Народознавчі зошити*, 1, 177–189.
- Гоголь, Н. (1898). *Сочинения* (Т. 5, 14-е изд.). Издание А. Ф. Маркса.
- Лансон, Г. (1911). *Метод в истории литературы* (М. Гершензон, Пер.). Товарищество «Мир».
- Мережковский, Д. (2002). М. Ю. Лермонтов – поэт сверхчеловечества. В В. М. Маркович, & Г. Е. Потапова (Сост.), М. Ю. Лермонтов: *pro et contra* Русский христианский гуманитарный институт.
- Неплюев, Н. Н. (1901). *Собрание сочинений* (Т. 1) Типография и Литография В. А. Тиханова
- Пучков, А. (2003). Олексій Селівачов. АНТ: *Вісник археології, мистецтва, культурної антропології*, 10–12, 119–120.
- Пучков, А., & Марченко, Ю. (2016). Алексей Фёдорович Селивачёв, виленский учитель Бахтина. К становлению отечественной культурологии. В М. С. Уколова, А. В. Никитина, & А. Ю. Николаева (Ред.). *Никоновские чтения* (Т. 1: Актуальные вопросы культурологии и искусствоведения, с. 259–264). Чувашский государственный педагогический университет.
- Селивачёв, А. (1911). *Из современной русской лирики* [Рукопись]. Лейпциг.
- Селивачёв, А. (1915). *Вячеслав Иванов как мистик* [Рукопись]. Вильно.
- Селивачёв, А. (1916а). Георг Фридрих Даумер. История одной души. *Вопросы философии и психологии*, 135, 329–355.
- Селивачёв, А. (1916б). *Лекция о Пушкине* [Рукопись]. Харьков.
- Селивачёв, А. (1916с). *О методах ведения сочинений* [Рукопись]. Харьков.
- Селивачёв, А. (1917). Психология юдофильства. *Русская мысль*, 2, 40–64.
- Селивачёв, А. (1918а). *О преподавании русского языка и словесности в средней школе* [Рукопись]. Харьков.

- Селивачёв, А. (1918b). *Сологуб*. [Рукопись]. Харьков.
- Соболевский, А. (1895). *Великорусские народные песни* (Т. 1). Государственная типография.
- Сологуб, Ф. (1909). Ванька ключник и паж Жеан: Драма в 12 двойных сценах (Музыка В. А. Сенилова). *Журнал «Театр и искусство»*.
- Puczkow, A., & Marczenko, Ju. (2013). Alexy Seliwaczew – wileński nauczyciel Michała Bachtina. *Znad Wilii*, 4(56), 104–110.

References

- Alferov, A. D. (1911). *Rodnoi yazyk v srednei shkole (Opyt metodiki) [Native language in secondary school (Methodology experience)]*. Sotr. shkola [in Russian].
- Gogol', N. (1898). *Sochineniya [Work]* (Vol. 5, 14-th ed.). Izdanie A. F. Marksa [in Russian].
- Havryliuk, A. (2020). Rol rodynnoi tradytsii u stanovlenni tvorchoi osobystosti (na prykladi p'iaty pokolin Selivachovykh) [The role of family tradition in the formation of creative personality (on the example of five generations of Selivachevs)]. *The Ethnology Notebooks*, 1, 177–189 [in Ukrainian].
- Lanson, G. (1911). *Metod v istorii literatury [Method in the history of literature]* (M. Gershenzon, Trans.). Tovarishchestvo «Mir» [in Russian].
- Merezhkovskii, D. (2002). M. Yu. Lermontov – poet sverkhchelovechestva [M. Yu. Lermontov – poet of supermanity]. In V. M. Markovich, & G. E. Potapova (Comp.), *M. Yu. Lermontov: pro et contra*. Russkii khristianskii humanitarnyi institut [in Russian].
- Neplyuev, N. N. (1901). *Sobranie sochinenii [Collected Works]* (Vol. 1) Tipografiya i Litografiya V. A. Tikhanova [in Russian].
- Puchkov, A. (2003). Oleksii Selivachov [Alexey Selivachev]. *ANT: Visnyk arkeoholohii, mystetstva, kulturnoi antropolohii*, 10–12, 119–120 [in Ukrainian].
- Puchkov, A., & Marchenko, Yu. (2016). Aleksei Fedorovich Selivachev, vilenskii uchitel' Bakhtina. K stanovleniyu otechestvennoi kul'turologii [Alexey Fedorovich Selivachev, Bakhtin's Vilna teacher. Towards the formation of Russian cultural studies]. In M. S. Ukolova, A. V. Nikitina, & A. Yu. Nikolaeva (Eds.), *Nikonovskie chteniya [Nikon Readings]* (Vol. 1: Aktual'nye voprosy kul'turologii i iskusstvovedeniya [Topical Issues of Cultural Studies and Art Criticism]), pp. 259–264). Chuvashskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet [in Russian].
- Puczkow, A., & Marczenko, Ju. (2013). Alexy Seliwaczew – wileński nauczyciel Michała Bachtina [Alexy Selivachev – Mikhail Bakhtin's teacher from Vilnius]. *Znad Wilii*, 4(56), 104–110 [in Polish].
- Selivachev, A. (1911). *Iz sovremennoi russkoi liriki [From modern Russian lyrics]* [Manuscript]. Leiptsig [in Russian].
- Selivachev, A. (1915). *Vyacheslav Ivanov kak mistik [Vyacheslav Ivanov as a mystic]* [Manuscript]. Vil'no [in Russian].
- Selivachev, A. (1916a). Georg Fridrikh Daumer. Istoriya odnoi dushi [Georg Friedrich Daumer. The story of one soul]. *Voprosy filosofii i psikhologii*, 135, 329–355 [in Russian].
- Selivachev, A. (1916b). *Lektsiya o Pushkine [Lecture on Pushkin]* [Manuscript]. Khar'kov [in Russian].
- Selivachev, A. (1916c). *O metodakh vedeniya sochinenii [On the methods of writing essays]* [Manuscript]. Khar'kov [in Russian].

- Selivachev, A. (1917). *Psikhologiya yudofil'stva* [Psychology of Judophilia]. *Russkaya mysl'*, 2, 40–64 [in Russian].
- Selivachev, A. (1918a). *O prepodavanii russkogo yazyka i slovesnosti v srednei shkole* [Teaching Russian language and literature in secondary school] [Manuscript]. Khar'kov [in Russian].
- Selivachev, A. (1918b). *Sologub*. [Manuscript]. Khar'kov [in Russian].
- Sobolevskii, A. (1895). *Velikorusskie narodnye pesni* [Great Russian folk songs] (Vol. 1). Gosudarstvennaya tipografiya [in Russian].
- Sologub, F. (1909). *Van'ka klyuchnik i pazh Zhean* [Vanka the key keeper and the page Zhean]: Drama in 12 double scenes (Muzyka V. A. Senilova). *Zhurnal «Teatr i iskusstvo»* [in Russian].

PERCEPTION AND TEACHING ISSUES IN ARTISTRY THROUGH THE TEXTS OF ALEXEY SELIVACHYOV, KHARKIV CULTURAL STUDIES SCHOLAR

Havryliuk Alla

PhD student,

ORCID: 0000-0002-6833-6462, e-mail: alla_stepp@ukr.net,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to specify the ideological, aesthetic and ethical factors of a drastic reassessment of the value of the classics for the modernity of the beginning of the 20th century, in the period that is commonly called the Silver Age of culture. The processes of such reconsideration, where the culminating point was the vulgar sociological humiliation of the artistic classics as a result of the events of 1917, began not in the proletarian environment, but in academic circles, which subsequently suffered the most from the revolution. The relevance of the topic stems from the coverage of one of the aspects of the change in the humanitarian discourse at the stage of the revolutionary transition from one sociopolitical formation to another – exactly a century ago. The objective outlined in the purpose of the article is studied on the basis of the analysis of the scientific and journalistic activities of one of the talented young representatives of the academic Kharkiv environment, who wrote a dissertation under the guidance of Academician M. Sumtsov and considered the issues of perception and teaching of artistic creativity. The sources of the study were mainly unpublished manuscripts of A. Selivachyov, which are preserved in the family archive. The scientific novelty of the article lies in the introduction of these sources into scientific circulation. Conclusions. It has been demonstrated that the glorification of the folklore and poetic classics at the end of the 19th century was quickly replaced by a critical attitude at the beginning of the next century. And this was facilitated by a wide variety of factors, from conservative anti-progressive ideas to modernist and avant-garde intentions of radical renewal.

Keywords: artistic creativity; poetry; perception of a work of art; reassessment of values; classics and modernity; teaching; the Silver Age

ВОСПРИЯТИЕ И ПРЕПОДАВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТВОРЧЕСТВА ПО ТЕКСТАМ ХАРЬКОВСКОГО КУЛЬТУРОЛОГА АЛЕКСЕЯ СЕЛИВАЧЁВА**Гаврилюк Алла Степановна***Аспирантка,**ORCID: 0000-0002-6833-6462, e-mail: alla_stepp@ukr.net,**Киевский национальный университет культуры и искусства,**Киев, Украина***Аннотация**

Цель статьи – конкретизировать мировоззренческие, эстетические и этические факторы радикальной переоценки значения классики для современности в начале XX века, в период, который принято называть «серебряным веком» культуры. Актуальность темы следует из освещения одного из аспектов изменения гуманитарного дискурса на этапе революционного перехода от одной социально-политической формации к другой. Методология исследования. Обозначенная целью статьи проблема рассматривается на основе анализа научно-публицистической деятельности одного из талантливых молодых представителей академической харьковской среды, который писал диссертацию под опекой академика Н. Сумцова, исследуя проблемы восприятия и преподавания художественного творчества. Источниками исследования послужили в основном неопубликованные рукописи А. Селивачёва, хранящихся в семейном архиве. Научная новизна заключается во введении в научный оборот означенных источников. Выводы. Процессы такого переосмысления, где высшей точкой стало вульгарно-социологическое уничижение художественной классики вследствие событий 1917 года, начались не в пролетарской среде, а в академических кругах, которые впоследствии больше всего пострадали от революции. Продемонстрировано заметное стремление А. Селивачёва понять и объяснить противоречия в произведениях и поступках исследуемых им персонажей, поскольку противоречия, как факторы развития, постоянно привлекали внимание ученого. Выявлено, что рассмотренные тексты А. Селивачёва ярко отражают идейные противоречия революционной эпохи по отношению к классике и новых форм художественного творчества в аспекте приоритета эстетических или морально-дидактических критериев. Выяснено, что восславление в конце XIX века фольклорной и поэтической классики быстро сменялось в начале следующего столетия критическим отношением. Способствовали этому самые разнообразные факторы в широком спектре от консервативных антипрогрессистских идей – к модернистским и авангардным интенциям радикального обновления.

Ключевые слова: художественное творчество; поэзия; восприятие художественного произведения; переоценка ценностей; классика и современность; преподавание; серебряный век

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221068
УДК 7.09:792.7]:004.946

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ КОНЦЕРТНИХ ШОУ

Кириченко Альона Олегівна

Аспірантка,
ORCID: 0000-0002-6237-832X, e-mail: AlenaKiri4enko@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Кириченко, А.О. (2020). Використання технологій віртуальної реальності в сучасних концертних шоу. *Питання культурології*, (36), 206-218. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221068>.

Анотація

Мета статті – схарактеризувати сучасні концертні шоу в контексті використання в них технологій віртуальної реальності. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні міждисциплінарного підходу до аналізу концертних шоу, теоретичного підходу – для вивчення наукової літератури; аналітичного та компаративного – для визначення впливу технологічної складової на режисуру сучасних шоу. Наукова новизна полягає в тому, що вперше розглянуто віртуальні технології, інтегровані в концертне шоу. Висновки. Технології віртуальної / доповненої реальності, поступово входячи у всі сфери нашого життя: від медицини, освіти, науки до мистецтва, архітектури та дозвіллевої діяльності людини, вже перестають асоціюватися з чимось надновим. Концерне шоу з допомогою надсучасних технологій може поєднувати у собі різні види мистецтв, а тому має потужний потенціал впливу на глядача. На прикладі конкретних концертних шоу та виступів артистів презентовано механізм «вплетення» технологій віртуальної / доповненої реальності в сценічний простір. Розглянуто поняття віртуальної, доповненої та змішаної реальності. Зазначено, що з потужним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій можливе поєднання усіх комп'ютерних технологій в єдину розширену реальність. Кінець ХХ ст. ознаменувався появою віртуального гурту, а вже початок ХХІ ст. – появою віртуальних артистів-вокалоїдів та відтворенням віртуальних копій померлих артистів, що дає підстави констатувати можливості впровадження новітніх комп'ютерних технологій у концертні шоу. Акцентується увага на тому, що використання технологій стає не лише «ефектом заради ефекту», а й підкреслює чи доповнює ідейно-тематичну спрямованість шоу. Визначною подією в індустрії розваг сьогодення стало створення українськими та закордонними артистами віртуальних онлайн-концертів. Концертні шоу трансформуються під впливом віртуальних технологій, тобто віртуалізуються,

щоб бути актуальними і відповідати викликам часу та запитам вибагливої глядацької аудиторії.

Ключові слова: концертне шоу; V / AR / MR / XR; вокалоїд; віртуальний онлайн-концерт; індустрія розваг

Вступ

Концертне шоу за своєю сутністю є однією із форм культурно-дозвіллевої діяльності, еволюція яких – безперервний процес переходу від минулого до сьогодення, від сьогодення до майбутнього. Цей стан формується і підтримується не лише загальними тенденціями соціокультурного прогресу суспільства і світової культурної цивілізації, а й внутрішніми закономірностями розвитку культурно-розважальної сфери. Остання здатна надавати широкі можливості для відпочинку та розваг. Однак помилково вважати, що концертні шоу виконують тільки гедоністичну функцію, адже видовище як феномен культури необхідне, зокрема, й для естетичного виховання громадян. Повноцінний розвиток молоді та її інтеграція в суспільстві неможливі поза культурою, відтак, видовище є чинником, що сприяє формуванню художніх і творчих інтересів молодого покоління. Більше того, концертні шоу сприяють налагодженню діалогу між різними культурами і поколіннями, появі нових талантів у молодіжному середовищі тощо. Сьогодні індустріальне виробництво концертних шоу на Заході досягло колосальних розмірів і результатів, і не лише завдяки постійному прагненню до масштабності, помпезності, декоративності видовища, а й надзвичайно високому рівню технічної оснащеності. Саме можливості техніки призвели до того, що функціонування концертних шоу виходить на новий технологічний рівень. Тому виникає необхідність спростувати цю думку, здійснивши огляд відомих концертних шоу на предмет використання в них новітніх технічних досягнень, які є передумовою і результатом розвитку культури.

Проблематика застосування технологій віртуальної реальності у концертних шоу та загалом віртуалізації культури не отримала широкого висвітлення у працях українських і закордонних дослідників. Цей розділ знання лише частково перебуває у полі зору академічної науки, хоча певні напрацювання все ж варто відзначити. Зокрема, це дослідження В. Волинець (2019), М. Муртазіної (Муртазіна, 2012), М. Моженко й О. Прядко (2018) та ін. Нові технології у сучасному художньо-постановочному процесі розглядають Л. Михайлов (2007), Г. Тихоновська (Тихоновская, 2016), К. Юдова-Романова (2017) та ін. Видовищні форми в мистецько-культурному просторі досліджені К. Станіславською (2016). Проблему загальної шоутизації суспільства висвітлює у своїх роботах Н. Дубовик (2010), шоу-технології як форму соціальної комунікації – А. Скрипка (2015). Телевізійні і танцювальні шоу-програми є об'єктом вивчення у наукових розвідках О. Бойко (2017), Т. Совгири (2014) та ін. Однак досліджень, безпосередньо присвячених сучасним концертним шоу як прояву віртуалізації, на сьогодні майже немає, відтак це визначає актуальність статті.

■ Мета статті

Мета статті – схарактеризувати сучасні концертні шоу в контексті використання в них технологій віртуальної реальності. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні міждисциплінарного підходу до аналізу концертних шоу, теоретичного підходу – для вивчення наукової літератури; аналітичного та компаративного – для визначення впливу технологічної складової на режисуру сучасних шоу. Наукова новизна полягає в тому, що вперше розглянуто віртуальні технології, інтегровані в концертне шоу.

■ Виклад матеріалу дослідження

Шоу – особливе синтетичне мистецтво, що поєднує у собі різні види мистецтв: від живопису, опери, балету, кінематографа до комп'ютерної графіки. Завдяки цьому шоу має значно більше можливостей впливу на глядача в сучасному світі, ніж будь-яке інше мистецтво. В шоу швидше, ніж в інших видах мистецтва, можна простежити актуальні тенденції та зміни культурних парадигм сучасного суспільства. Підтвердженням цієї тези є застосування в шоу досягнень сучасної науки: зі сфери штучного інтелекту, робототехніки, технологій віртуальної і доповненої реальності та ін. Ці технології є вкрай складними, і «вплисти» їх у тканину сценічного простору інколи буває доволі проблематично, та все ж режисерів приваблює ця ідея, бо мистецтво шоу мусить бути сучасним й інноваційним, аби задовольнити вибагливого глядача.

Термін «віртуальний» міцно закріпився в сучасному науковому лексиконі. Віртуальність (від. лат. *virtualis* – «можливий») – це об'єкт або стан, які реально не існують, але можуть виникнути за певних умов (Кириленко та ін., 2018, с. 28). Заведено розрізняти доповнену, змішану і віртуальну реальність. Так, віртуальна реальність (англ. *Virtual Reality, VR*) – це штучна реальність, згенерована комп'ютером, у яку глядач повністю занурюється з допомогою візуальних, звукових і тактильних ефектів (Віртуальна реальність, 2020). Ця технологія пропонує повне занурення в середовище, яке заміщує реальне. Терміном «доповнена реальність» (англ. *Augmented Reality, AR*) визначають комп'ютерні програми, спрямовані на доповнення оточуючої людей реальності певними віртуальними елементами (Віртуальна реальність, 2020). Змішаною реальністю (англ. *Mixed Reality, MR*) іноді називають гібридну реальність, що є злиттям реальних і віртуальних світів для створення нових середовищ і візуалізації, де фізичні та цифрові об'єкти співіснують і взаємодіють у режимі реального часу (Змішана реальність, 2020). У цьому разі в реальний світ додаються віртуальні предмети, прикріплені до свого місця в просторі для того, щоб користувач сприймав їх як реальні. Ключові моменти в змішаній реальності – максимізація правдоподібності і можливість взаємодії з віртуальним об'єктом, який «живе» в реальному світі. Поряд з цими поняттями вживають також узагальнений термін «розширена реальність» (англ. *Extended Reality, XR*), що охоплює всі можливі форми зміненої комп'ютером реальності, включно з доповненою, змішаною і віртуальною. Тому із прискореним подальшим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій прогнозують «злиття комп'ютерних реальностей» в єдиному продукті формату XR.

Вищеназвані технології наразі активно використовують не лише у комп'ютерних іграх, медицині чи рекламі, а й у шоу-програмах. При цьому технологія VR у шоу повною мірою не використовується через складність реалізації, а технологія AR, яка найчастіше передбачає необхідність використання екрана (телефона, планшета, телевізора) чи VR-окулярів, широко застосовується у видовищних заходах. Так, у шоу Світлани Лободи «SUPERSTAR SHOW» (2018) була використана технологія доповненої реальності – з допомогою спеціального додатка, який артистка перед концертом попросила глядачів завантажити на свої смартфони. Наводячи камеру мобільного телефона на сцену, можна було побачити додаткові графічні елементи: гігантську артистку, а над нею – літаючі об'єкти та багато інших спецефектів.

Аналогічно в концертних шоу групи «U2» під назвою «EXPERIENCE + INNOCENCE» (2018) була використана технологія доповненої реальності. Через заздалегідь інсталюваний мобільний додаток глядач перед початком шоу вже міг споглядати видовищний ефект: айсберг, який поступово тоне та заповнює водою глядацький зал. Цю картину можна було побачити, навівши свій смартфон на двосторонній відеоекран (елемент сценографії). При виконанні першої пісні шоу фронтмен гурту «U2» Боно на екранах телефонів глядачів втілювався в гігантського аватара, який підносився над аудиторією. Рухи співака, який знаходився на сцені, перегукувалися з його віртуальним аватаром, що давало цікавий ефект синтезу віртуального і реального зображення (Hitti, 2018).

Варто зазначити, що інтерактив з мобільними телефонами – дуже слушна думка для постановників шоу, адже глядач все одно використовує камеру, щоб зафіксувати виступ артиста. То чому б не створити додаткові ефекти, які зможуть не лише здивувати глядача, а й містити змістове навантаження як окремий видовищний ефект шоу.

В телевізійному форматі одними з перших, хто використав у своєму виступі ефект доповненої реальності були Мадонна та колумбійський співак Малума. Головною особливістю цього ефекту є те, що його можуть бачити тільки телеглядачі чи глядачі на спеціальних трансляційних кранах у концертному залі. Під час прямої трансляції премії «Billboard Music Awards 2019» на сцені з допомогою комп'ютерної графіки двійниками Мадонни були відтворені її образи з кліпу на пісню «Medellín». Чотири «віртуальні» Мадонни з'являлися, а потім зникали зі сцени, танцюючи поряд з Малумою та з реальною Мадонною. Це створювало ілюзію миттєвого переміщення співачки на сценічному майданчику (Madonna, 2019).

Також у 2019 році на щорічній премії «МУЗ-ТВ» технологія доповненої реальності була інтегрована в кілька номерів шоу. Під час виступу Макса Барських з піснею «Неземна», гігантська «неземна» дівчина-гуманоїд у фіналі пісні спустилася зі стелі (з неба), щоб обійняти артиста; у номері Світлани Лободи балетом були віртуальні 3D-скелети; Діма Білан зустрівся зі своєю віртуальною копією, яка танцювала поруч з артистом. Як зазначили у команді режисера цього шоу Олега Боднарчука: «AR дає можливість істотно розширити наш реальний світ, доповнивши його віртуальною графікою, даючи телеглядачам можливість бачити диво на картинці, графічні елементи в реальному часі, одночасно даючи

режисеру змогу розповісти цікаву історію завдяки взаємодії артиста з віртуальною графікою і відеорядом на екранах» (Muz-tv, 2019).

Церемонія відкриття 45 міжнародного чемпіонату з професійної майстерності «WorldSkills Kazan 2019» відзначилася інтерактивністю та новими технічними ноу-хау, впровадженими вперше на стадіоні «Казань Арена». Була використана технологія доповненої реальності на всі 360 градусів, завдяки чому глядачі на трибунах змогли побачити AR-ефекти через екрани своїх гаджетів, а також на інформаційних екранах стадіону. Сигнали на екранах попереджали учасників церемонії про появу чергового віртуального ефекту. Як зазначає режисер-постановник церемонії Олексій Сеченов: «Робота над церемоніями світового чемпіонату WorldSkills стала справжнім викликом для нашої команди. Ми спробували відобразити в церемонії найцікавіші розробки нашого часу, і тому запросили тих, хто їх створює і змінює стиль життя кожного з нас. Під розповіді винахідників, які створили розумний годинник або людиноподібного робота, пекар на очах публіки випекли хліб. Різні епохи знайдуть гармонію в художньому просторі церемонії. Ми хочемо, щоб глядачі не лише отримали естетичне задоволення від шоу, а й задумалися про виклики сучасності, уявили, як виглядатиме наше життя через 10, 50 і навіть 100 років!» (Пресс-служба Оргкомітета 45-го мирового чемпіоната WorldSkills Kazan 2019, 2019).

В шоу було передбачено кілька епізодів. Концепція, яка поєднувала їх, – це ода становленню людини-професіонала. Автори представили чотири етапи творчого і професійного пошуку – «Пізнання», «Експеримент», «Удосконалення» і «Створення». На кожному з цих етапів спікер-професіонал, який володіє досягненнями, визнаними на світовому рівні, розповів свою історію, проілюстровану хореографічним номером і роботою VR-художника наживо, малюнок якого з'являвся на екранах-трикутниках у центрі стадіону. Один з епізодів шоу супроводжувався величезною віртуальною картиною – китом, який «пропливав» навколо чаші стадіону. Композицію створив данський VR-художник Мартін Небелонг – один з провідних VR-художників у світі. У фінальному епізоді була задіяна «Софія» (робот-андроїд), яка вийшла на сцену зі своїм творцем Девідом Хенсоном і розмірковувала про взаємозв'язок сучасних технологій і людини. «Технологія – це просто інструмент для вивчення світу. Разом ми зможемо подолати міжзор'яні відстані і створити процвітаюче і гармонійне майбутнє для всіх», – поділилася своїм баченням розвитку стосунків між роботом і людиною робот-андроїд «Софія» (Пресс-служба Оргкомітета 45-го мирового чемпіоната WorldSkills Kazan 2019, 2019).

Ефект віртуальної реальності в сценічному просторі спробував відтворити й згаданий вище український режисер Олег Боднарчук на церемонії нагородження «M1 Music Awards. III елемент» у 2017 році. У геометричному просторі на вершині унікальної споруди співак Alekseev розпочав виконання свого хіта «Відчуваю душею». Високотехнологічний пристрій з умовною назвою «рука» – не що інше, як робот КУКА, на вершині якого був закріплений артист. Графіки створили віджеїнг для екранів відповідно до рухів артиста в стилі оп-арт, а запрограмована технологічна установка повертала артиста на 360 градусів, при цьому виконавець співав наживо, перебуваючи в позиції головою вниз на сцені,

що є складним трюком. Над створенням цього номеру команда працювала пів року. Як зазначив режисер: «Сьогодні сценічна оригінальна технологія – невід’ємна частина шоу і локомотив в його розвитку» (Боднарчук, 2020, с. 18).

VR-технології використовують не лише як доповнення до виступів артистів, а й для створення їх віртуальних аналогів. Наприклад, британський гурт «Gorillaz», який згодом вписав своє ім’я в книгу рекордів Гіннеса як «найуспішніший віртуальний гурт», був заснований у 1998 році музикантом Деймоном Албарном і художником коміксів Джеймі Хьюлетом. Гурт складається з чотирьох намальованих персонажів, кожен із яких має свою біографію. Після випуску двох мегауспішних альбомів, у 2005 році гурт вперше відправився в світове турне. На перших концертах музиканти ховалися за екранами з анімацією, демонструючи глядачам тільки свої тіні. Лише згодом почали використовувати голограмні зображення, але це виявилось дорогим задоволенням і до таких спецефектів вдавалися лише на масштабних шоу і церемоніях нагородження. Так, на сцені премії «Grammy» гурт «Gorillaz» виконав хіт «Feel Good Inc.», та підіграв Мадонні під час виконання пісні «Hung Up». Це стало можливим завдяки програмі Musion Eyeliner System (дослівно «Система музичної підводки для очей»), використаної для створення тривимірних голографічних мультперсонажів Gorillaz, які виступали на сцені, – фактично з’являлися на екрані, що перекривав дзеркало сцени (Юдова-Романова, 2019).

Японська компанія «Crypton Future Media» створила віртуальну співачку Міку Хацуне – перше візуальне втілення співака, яке мало шалений успіх у всьому світі. Зовнішність співачки є характерною для японської культури – це типовий персонаж з аніме: великі очі, бірюзове волосся. Але, на відміну від британського гурту «Gorillaz», де реальні музиканти наживо виконують свої пісні, Міку – перший вокалоїд та поп-ідол. Її голос повністю синтезований з допомогою однойменної комп’ютерної програми Vocaloid – синтезатора голосу, який створює пісні без участі живого виконавця. Програма надає можливість завантажувати готові мелодії, ноти майбутньої вокальної партії і тексти пісень, а потім з допомогою голосового сховища (бібліотеки), де збережені голоси реальних людей (акторів, дикторів, професійних вокалістів), озвучувати завантажений текст. Розробкою технології займалися в іспанському університеті Pompeu Fabra за фінансової підтримки японської компанії «Yamaha». Міку Хацуне не єдиний вокалоїд, – компанією раніше були створені Мейко (жіночий голос) і Каїто (чоловічий). Сьогодні є вже кілька десятків вокалоїдів і практично у кожного з них своя армія прихильників.

Виступ віртуального виконавця – складне з точки зору техніки шоу, в якому музиканти на сцені грають на музичних інструментах поряд з об’ємною проекцією артиста, при цьому використовуються різнокольорові лазери, світлові ефекти. Новітні комп’ютерні технології дають можливість не лише створити віртуальних персонажів, а й «оживити» померлих співаків, акторів, артистів. Першим, кого відтворили з допомогою голографічних технологій, був легендарний американський репер Тупак Шакур – один з найвпливовіших хіп-хоп-виконавців в історії музики. На фестивалі «Coachella» в 2012 році віртуальний Тупак приголомшив публіку своєю появою разом із зірками хіп-хопу Доктором Дре і Снуп

Догом, заспівавши з ними дві пісні. Цифрове зображення Майкла Джексона було відтворене на церемонії «Billboard Music Awards» в 2014 році. Віртуальний Майкл заспівав пісню «Slave to the Rhythm» з його посмертного альбому «Xscape».

Віртуальні онлайн-концерти – це теж виразний приклад застосування шоу-бізнесом новітніх розробок у сфері віртуальної реальності. Так, у період локдауну артисти змушені були скасувати свої шоу, концертні турне і перейти в онлайн-середовище. Американська співачка Біллі Айліш, корейський гурт «BTS» та український співак Олег Винник створили масштабні віртуальні онлайн-концерти. Шалено популярний південнокорейський чоловічий попгурт «BTS» першим запропонував віртуальний формат концерту своїм прихильникам. За масштабністю та видовищністю цей виступ можна повноправно назвати віртуальним онлайн-шоу. Виступ гурту відбувся у червні 2020 року і тривав півтори години. За цей час музиканти виконали 12 пісень наживо, пересувалися і виступали на різних майданчиках: 2 сцени і 5 кімнат, стилізовані під різні настрої з масштабними декораціями. В кількох номерах навіть був задіяний оркестр і десятки танцівників. Трансляція велась з шести видів камер, тому глядачі мали змогу перемикатися між камерами та обирати найкращий ракурс для перегляду. Для моделювання реального середовища виступу артистів на екрани було введено зображення деяких прихильників, які в реальному часі дивилися цей концерт і підтримували своїх кумирів. Концерт встановив світовий рекорд за кількістю глядачів – виступ артистів подивилися 756 тис. людей з понад 100 країн світу (Millman, 2020).

Єдине в Україні online-VR шоу Олега Винника транслювалося у липні 2020 року в прямому етері з найбільшого майданчика України НСК «Олімпійський». На стадіоні було встановлено 54-метрову сцену, потужний звук та світло. Огляд на 360 градусів давав змогу побачити все, що відбувалося навколо, що максимально наближало глядача до відчуття реального перебування на майданчику. У створенні шоу використали VR-, AR-технології, таким чином музично-інтерактивний захід об'єднав реальне з віртуальним. Фан-зона і трибуни були заповнені віртуальними глядачами. Унікальні візуальні та спецефекти супроводжували кожну пісню. Потужні віртуальні можливості були продемонстровані на початку концерту, коли коридори НСК перетворилися для глядачів на метро, в яке «віртуально» спустився співак перед виходом на сцену.

Отже, нові технології формують нову реальність, усувають більшість фізичних бар'єрів, дають додаткові можливості для розвитку. Межа між фізичним і цифровим світом стає все менш помітною. Сьогодні відбувається створення нового виду реальності, в якій, можливо, доведеться жити, вчитися, грати, працювати сучасному та майбутнім поколінням.

■ Висновки

Потужний розвиток технологій не може не позначитися на індустрії розваг, адже ця індустрія реагує на прогрес в пришвидшеному темпі. Оскільки ключовими характеристиками розваг є емоції, враження та задоволення, які супроводжують процес розваги або є її результатом, то артисти та режисери концертних

шоу мають на меті здивувати свого глядача, створити щось новітнє, подарувати йому вражаючі емоції. Віртуальна, доповнена та розширена реальності переміщують глядачів з реального у світ ілюзорний, вигаданий. І це може використовуватися як спецефект, ефект заради ефекту, щоб здивувати, а може бути важливим ідейним рішенням, що розкриє ідею номеру, шоу. Також у складний період дії карантинних заходів віртуальні технології дали змогу багатьом людям отримати позитивні емоції від віртуальних шоу артистів.

Сучасні концертні шоу, що використовують новітні технологічні досягнення, перебувають на стадії еволюції і намагаються відповідати викликам часу. Однак позитивний результат їх впливу на глядача залежить від ціннісно-моральних орієнтирів артистів, продюсерів, режисерів та інших спеціалістів, дотичних до творення шоу. Тобто від їх світогляду, професійної майстерності, творчого потенціалу, що ґрунтується на знаннях про роль мистецтва у цифрову епоху, про культурні пріоритети і міжкультурну комунікацію. Лише за цих умов сучасні концертні шоу можуть стати не просто визначним явищем культури, а й потужним інструментом соціокультурного розвитку, не просто основою художньої культури, а безпосереднім вираженням естетичного й емоційного розуміння реальності.

Зважаючи на складність розглянутого явища, подальшого дослідження потребують питання формування глядацької культури на концертній естраді.

■ Список використаних джерел

- Боднарчук, О. В. (2020). *Как создать грандиозное шоу*. Безуглий М. О. ФОП .
- Бойко, О. С. (2017). Телевізійні танцювальні шоу в Україні: історія і сучасність. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія "Мистецтвознавство"*, 36, 66–76.
- Віртуальна реальність. (2020, 5 квітня). В *Вікіпедії*. <https://cutt.ly/ghGsTmh>.
- Волинець, В. О. (2019). *Віртуалізація культури в добу інтернет-технологій* [Автореферат дисертації кандидата культурології, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Дубовик, Н. (б.г.). Шоутизация современной культуры. *DOKPLAYER*, 224–233. Взято 20 жовтня 2020 р. з <https://docplayer.ru/36670939-Shoutizaciya-sovremennoy-kultury.html>.
- Змішана реальність. (2020, 20 травня). В *Вікіпедії*. <https://cutt.ly/ShFToS4>.
- Кириленко, К., Кундеревич, О., & Бойко Л. (2018). *Філософія культури*: Словник. Агентство "Україна".
- Михайлов, Л. Н. (2007). *Создание современного эстрадного зрелища: принципы художественного оформления* [Автореферат диссертации кандидата искусствоведения, Российская академия театрального искусства].
- Моженко, М. В., & Прядко, О. М. (2018). Віртуальна реальність: від технології до мистецтва. *Мистецтвознавчі записки*, 34, 112–122.
- Муртазина, М. Ш. (2012). *Виртуальная культура как феномен глобализации: философско-культурологическое осмысление* [Автореферат диссертации кандидата философских наук, ФГБОУ ВПО "Забайкальский государственный университет"].

- Пресс-служба Оргкомитета 45-го мирового чемпионата WorldSkills Kazan 2019. (2019, 22 августа). *Роботы, киты и клятвы: в Казани прошла церемония открытия 45-го мирового WorldSkillsKazan 2019*. <https://worldskills2019.com/ru/media/news/roboty-kity-i-klyatvy-v-kazani-proshla-ceremoniya-otkrytiya-45-go-mirovogo-worldskills-kazan-2019/index.html>.
- Скрипка, А. О. (2010). *Шоу-технології як форма соціальної комунікації*. [Автореферат дисертації кандидата соціологічних наук, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна].
- Совгира, Т. І. (2014). Шоу як форма організації масового дозвілля. *Перспективи напрямки світової науки*, 1, 65–67.
- Станіславська, К. І. (2016). *Мистецько-видовищні форми сучасної культури* [Монографія] (2-е вид). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Тихоновская, Г. С. (2016). Технологические аспекты реализации элемента зрелищности в культурно-досуговых программах. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, 5(73), 155–163.
- Юдова-Романова, К. В. (2017). *Технічні засоби оформлення сценічного простору*. Видавничий центр КНУКіМ.
- Юдова-Романова, К., Стрельчук, В., & Чубукова, Ю. (2019). Режисерські інновації у використанні технічних засобів і технологій у сценічному мистецтві. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Сценічне мистецтво*, 2(1), 52–57.
- Hitti, N. (2018, May 9). *Giant augmented reality avatar of Bono appears on Es Devlin's U2 stage set*. <https://www.dezeen.com/2018/05/09/es-devlin-augmented-reality-avatar-bono-u2-set-design/>.
- Madonna. (2020, February 1). *Madonna & Maluma – Medellin (2019 Billboard Music Awards)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9Z1GdMuC9E8>.
- Millman, E. (2020, June 16). *BTS Just Proved That Paid Livestreaming Is Here to Stay*. RollingStone. <https://www.rollingstone.com/pro/news/bts-paid-livestream-bang-bang-con-1015696/>.
- Muz-tv. (2019, 13 июня). *Премия МУЗ-ТВ 2019: самые сложные номера церемонии*. Взято 18 октября 2020 г. из <https://muz-tv.ru/news/premiya-muz-tv-2019-samye-slozhnye-nomera-ceremonii>.

References

- Bodnarchuk, O. V. (2020). *Kak sozdat' grandioznoe shou [How to create a grand show]*. Bezuglii M. O. FOP [in Russian].
- Boiko, O. S. (2017). Televiziini tantsiuvalni shou v Ukraini: istoriia i suchasnist [Television dance shows in Ukraine: history and modernity]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Arts*, 36, 66–76 [in Ukrainian].
- Dubovik, N. (n.d.). Shoutizatsiya sovremennoi kul'tury [Showtization of modern culture]. *DOKPLAYER*, 224–233. Retrieved Oktober 20, 2020, from <https://docplayer.ru/36670939-Shoutizatsiya-sovremennoy-kultury.html> [in Russian].
- Hitti, N. (2018, May 9). *Giant augmented reality avatar of Bono appears on Es Devlin's U2 stage set*. Dezeen. <https://www.dezeen.com/2018/05/09/es-devlin-augmented-reality-avatar-bono-u2-set-design/> [in English].

- Kyrylenko, K., Kunderevych, O., & Boiko L. (2018). *Filosofiiia kultury [Philosophy of Culture]: Dictionary*. Ahentstvo "Ukraina " [in Ukrainian].
- Madonna. (2020, February 1). *Madonna & Maluma – Medellín (2019 Billboard Music Awards)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9Z1GdMuC9E8> [in English].
- Mikhailov, L. N. (2007). *Sozдание sovremennogo estradnogo zrelishcha: printsipy khudozhestvennogo oformleniya [Creating a modern variety show: principles of decoration]* [Abstract of PhD Dissertation, Russian Academy of Theater Arts] [in Russian].
- Millman, E. (2020, June 16). *BTS Just Proved That Paid Livestreaming Is Here to Stay*. RollingStone. <https://www.rollingstone.com/pro/news/bts-paid-livestream-bang-bang-con-1015696/> [in English].
- Mozhenko, M. V., & Priadko, O. M. (2018). Virtualna realnist: vid tekhnolohii do mystetstva [Virtual reality: from technology to art]. *Notes on Art Criticism*, 34, 112–122 [in Ukrainian].
- Murtazina, M. Sh. (2012). *Virtual'naya kul'tura kak fenomen globalizatsii: filosofsko-kul'turologicheskoe osmyslenie [Virtual Culture as a Phenomenon of Globalisation: Philosophical and Cultural Understanding]* [Abstract of PhD Dissertation, "Transbaikal State University"] [in Russian].
- Muz-tv. (n.d.). *Premiya MUZ-TV 2019: samye slozhnye nomera tseremonii [MUZ-TV award 2019: the most difficult numbers of the ceremony]*. Retrieved Oktober 18, 2020, from <https://muz-tv.ru/news/premiya-muz-tv-2019-samye-slozhnye-nomera-ceremonii> [in Russian].
- Press-sluzhba Orgkomiteta 45-go mirovogo chempionata WorldSkills Kazan 2019. (2019, August 22). *Roboty, kity i klyatvy: v Kazani proshla tseremoniya otkrytiya 45-go mirovogo WorldSkillsKazan 2019 [Robots, whales and vows: the opening ceremony of the 45th World WorldSkillsKazan 2019]*. <https://worldskills2019.com/ru/media/news/roboty-kity-i-klyatvy-v-kazani-proshla-ceremoniya-otkrytiya-45-go-mirovogo-worldskills-kazan-2019/index.html> [in Russian].
- Skrypka, A. O. (2010). *Shou-tekhnolohii yak forma sotsialnoi komunikatsii [Show technologies as a form of social commune]* [Abstract of PhD Dissertation, V. N. Karazin Kharkiv National University] [in Ukrainian].
- Sovhyra, T. I. (2014). Shou yak forma orhanizatsii masovoho dozvillia [Shows as a form of mass leisure organization]. *Perspektyvni napriamky svitovoi nauky*, 1, 65–67 [in Ukrainian].
- Stanislavska, K. I. (2016). *Mystetsko-vydovyshchni formy suchasnoi kultury [Art and entertainment forms of modern culture]* [Monograph] (2nd ed). National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].
- Tikhonovskaya, G. S. (2016). Tekhnologicheskie aspekty realizatsii elementa zrelishchnosti v kul'turno-dosugovykh programmakh [Technological aspects of the implementation of the element of entertainment in cultural and leisure programs]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 5(73), 155–163 [in Russian].
- Virtualna realnist [Virtual reality]. (2020, April 5). In *Wikipedia*. <https://cutt.ly/ghGsTmh> [in Ukrainian].

- Volynets, V. O. (2019). *Virtualizatsiia kultury v dobu internet-tekhnologii [Virtualisation of culture in the age of Internet technologies]* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Yudova-Romanova, K. V. (2017). *Tekhnichni zasoby oformlennia stsenichnoho prostoru [Technical means of registration of stage space]*. Vydavnychi tsestr KNUKiM [in Ukrainian].
- Yudova-Romanova, K., Strelchuk, V., & Chubukova, Yu. (2019). Rezhyserski innovatsii u vykorystanni tekhnichnykh zasobiv i tekhnologii u stsenichnomu mystetstvi [Directing innovations in the use of technical means and technologies in the performing arts]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Stage Art*, 2(1), 52–57 [in Ukrainian].
- Zmishana realnist [Mixed reality]. (2020, May 20). In *Wikipedia*. <https://cutt.ly/ShFToS4> [in Ukrainian].

VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY FOR CONTEMPORARY CONCERT SHOWS

Alyona Kyrychenko

PhD student,

ORCID: 0000-0002-6237-832X, e-mail: AlenaKiri4enko@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to characterise contemporary concert shows in the context of virtual reality technology. The research methodology is based on the application of an interdisciplinary approach to the analysis of concert shows; the theoretical approach is to study scientific literature; analytical and comparative are to determine the influence of the technological component on the direction of contemporary shows. The scientific novelty lies in the fact that virtual technology integrated into a concert show is considered for the first time. Conclusions. Virtual/augmented reality technology, gradually entering all spheres of our life: from medicine, education, science to art, architecture and human leisure activities, are no longer associated with super-critical one. A concert show applying advanced technologies can combine different types of art, and therefore has a powerful potential to influence the viewer. On the example of specific concert shows and performances of artists, the article highlights the mechanism of “weaving” of virtual/augmented reality technology into the stage space. The concept of virtual, augmented, and mixed reality is considered. It is indicated that with the powerful development of information and communication technologies, it is possible to combine all computer technology into a single augmented reality. The end of the twentieth century was marked by the emergence of a virtual band, and already at the beginning of the 21st century, there were virtual vocaloid artists and the reproduction of virtual copies of deceased artists, which gives grounds to state the possibility of introducing the latest computer technology into concert shows. Attention is focused on the fact that the use of technology not only becomes

“effect for the sake of effect”, but also emphasises or complements the ideological and thematic scope of the show. The creation of virtual online concerts and shows by Ukrainian and foreign artists has become an outstanding milestone in the entertainment industry of our time. The concert shows are being transformed under the influence of virtual technology; that is, they are virtualised to be relevant and meet the challenges of the time and the demands of a demanding audience.

■ **Keywords:** concert show; VR / AR / MR / XR; vocaloid; virtual online concert; entertainment industry

■ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕРТНЫХ ШОУ

■ **Кириченко Алена Олеговна**

■ *Аспирантка,*

ORCID: 0000-0002-6237-832X, e-mail: AlenaKiri4enko@gmail.com,

Киевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

■ **Аннотация**

Цель статьи – охарактеризовать современные концертные шоу в контексте использования в них технологий виртуальной реальности. Методология исследования основана на применении междисциплинарного подхода к анализу концертных шоу, теоретического подхода – для изучения научной литературы; аналитического и компаративного – для определения влияния технологической составляющей на режиссуру современных шоу. Научная новизна заключается в том, что впервые рассмотрены виртуальные технологии, интегрированные в концертное шоу. Выводы. Технологии виртуальной / дополненной реальности, постепенно входя во все сферы нашей жизни: от медицины, образования, науки – до искусства, архитектуры и досуговой деятельности человека, уже перестают ассоциироваться с чем-то сверхновым. Концертное шоу с помощью современных технологий может сочетать в себе разные виды искусства, а потому владеет мощным потенциалом влияния на зрителя. На примере конкретных концертных шоу и выступлений артистов представлен механизм «вплетения» технологий виртуальной / дополненной реальности в сценическое пространство. Рассмотрены понятия виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Указано, что с мощным развитием информационно-коммуникационных технологий возможно сочетание всех компьютерных технологий в единой расширенной реальности. Конец XX в. ознаменовался появлением виртуальной группы, а уже начало XXI в. – появлением виртуальных артистов-вокалоидов и воспроизведением виртуальных копий умерших артистов, что дает основания констатировать возможности внедрения новейших компьютерных технологий в концертные шоу. Акцентируется внимание на том, что использование технологий становится не только «эффектом ради эффекта», но и подчеркивает или дополняет идейно-тематическую направленность

шоу. Выдающимся событием в индустрии развлечений современности стало создание украинскими и зарубежными артистами виртуальных онлайн-концертов и шоу. Концертные шоу трансформируются под влиянием виртуальных технологий, то есть виртуализируются, чтобы быть актуальными и соответствовать вызовам времени и запросам требовательной зрительской аудитории.

■ **Ключевые слова:** концертное шоу; VR / AR / MR / XR; вокалоид; виртуальный онлайн-концерт; индустрия развлечений

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221069
УДК 005.332.7-057.177.4:159.954

КОМУНІКАТИВНІ ЗДІБНОСТІ В РОБОТІ ІВЕНТ-МЕНЕДЖЕРА

Короленко Євгенія Олегівна^{1а}, Швець Ірина Григорівна^{2а}

¹Асистент,

ORCID: 0000-0003-1552-0394, e-mail: k-e-o@ukr.net,

²Асистент,

ORCID: 0000-0002-4847-6097, e-mail: mandarina1912@ukr.net,

^аКиївський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Короленко, Є.О., Швець, І.Г. (2020). Комунікативні здібності в роботі івент-менеджера. *Питання культурології*, (36), 219-227. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221069>.

Анотація

Мета статті – дослідження ролі та значення комунікативних здібностей у професійній діяльності івент-менеджерів. Вирішення поставленої мети реалізується у завданнях, які полягають у окресленні специфіки постмодерної культури споживання, що актуалізує інтерес до івент-сфери та тенденцій розвитку соціокультурної практики сьогодення. Методологія дослідження передбачає використання аналітичного методу, який застосовується з метою виділення основних характеристик, що притаманні постмодерній культурі споживання. Задіяний метод синтезу для виокремлення ролі комунікації у функціонуванні івент-менеджменту. Прогностичний метод залучено задля окреслення перспектив розвитку сфери івент-менеджменту. Івент-менеджмент – прикладна галузь, яка має мінливий характер. Аналіз цієї сфери є актуальним, зважаючи на відсутність її ґрунтового теоретичного опрацювання. Наукова новизна дослідження полягає у висвітленні комунікативного характеру івент-сфери. Висновки. Значною мірою організація проектів пов'язана з постійною комунікацією між різними суб'єктами – організаторами, менеджерами та замовниками культурних послуг. Їх інтеракція є перманентною та такою, що проявляється на різних етапах організації івенту. Комунікація є не лише формою взаємодії учасників проектної діяльності, а й способом трансляції культурних цінностей. Відповідно, необхідною умовою для роботи івент-менеджера виступає наявність розвинених комунікативних якостей. Розвиток івент-менеджменту пов'язаний з швидкою адаптацією до змінюваних соціокультурних реалій. В умовах викликів, які постають перед людством, виникають нові форми взаємодії, що пов'язані з технічними засобами та поширенням онлайн-комунікації. Підкреслюється роль комунікативного начала, яке є не лише формою інтеракції, а й базисним модусом культури. Діяльність івент-менеджерів безпосередньо пов'язана з комунікацією, тому

© Короленко Є. О., 2020

© Швець І. Г., 2020

Стаття надійшла до редакції: 29.10.2020

доцільним вбачається оволодіння основами ораторського мистецтва, що сприятиме успішній професійній діяльності.

Ключові слова: івент-менеджмент; менеджер; проєкт; комунікація; культура

Вступ

Соціокультурний простір сьогодення набуває значних трансформацій. Вектор розвитку суспільства пов'язаний з функціонуванням культури споживання. Вона обумовлює потребу у формуванні конкурентоспроможного товару, який би був спрямований на задоволення потреб різних споживачів. Водночас відбувається зростання кількості установ, чия діяльність орієнтована на івент-сферу. За таких умов стає актуальною проблема виховання кадрів, які будуть сприяти просуванню того чи іншого культурного продукту. Однією з якостей, що необхідна для івент-менеджерів є розвинені комунікативні здібності. Дане питання потребує ґрунтовного висвітлення, адже дозволить скорегувати специфіку здійснення підготовки такого типу спеціалістів.

Ключові поняття, які стосуються івент-менеджменту окреслювались у праці О. Дементьєвої (2019), базовими для івент-менеджерів є розробки Джо Голдблата (Goldblatt, 2004). Івент-менеджмент в індустрії дозвілля досліджено в статті М. Поплавського (2017). Огляд та систематизація підходів, які використовуються при організації подій, здійснено в роботі С. Єрмакова, Ю. Макаренка, М. Соколова (Єрмаков и др., 2017). Удосконаленню технологій івент-маркетингу присвячено працю колективу авторів – М. Мухіної та ін (Мухина и др., 2019). Своєрідність ціннісних настанов суспільства споживання та риси постмодерної культури аналізуються в статтях А. Постола (2010), А. Курилової та Д. Тихазе (Курилова & Тихазе, 2011). Специфіка взаємодії культурних інститутів та проєктів в сучасному українському просторі окреслюється в праці А. Тормахової (2016). Івент-менеджмент є галуззю, яка активно розвивалась протягом останніх років. Проте реалії функціонування сучасного ринку сфери дозвілля унаочнюють необхідність перегляду тих якостей, якими має володіти менеджер. В ряді розробок вітчизняних та закордонних авторів хоча й окреслювались аспекти, які пов'язані з івент-менеджментом, проте комунікативні аспекти у даній діяльності досі не ставали предметом окремих досліджень.

Мета статті

Дослідження ролі та значення комунікативних здібностей у професійній діяльності івент-менеджерів. Вирішення поставленої мети реалізується у завданнях, які полягають у окресленні специфіки постмодерної культури споживання, що актуалізує інтерес до івент-сфери та тенденціях розвитку соціокультурної практики сьогодення. Методологія дослідження передбачає використання аналітичного методу, який застосовується з метою виділення основних характеристик, які притаманні постмодерній культурі споживання. Задіяний метод синтезу для виокремлення ролі комунікації у функціонуванні івент-менеджменту. Прогностичний метод залучено задля окреслення перспектив розвитку сфери івент-менеджменту. Новизна дослідження полягає у висвітленні комунікативно-

го характеру івент-сфери. Значною мірою організація проєктів пов'язана з постійною комунікацією між різними суб'єктами – організаторами, менеджерами та замовниками культурних послуг. Їх інтеракція є перманентною та такою, що проявляється на різних етапах організації івенту.

■ Виклад матеріалу дослідження

Івент-менеджмент є невід'ємною частиною культури XXI століття, яка розвивається в межах настанов постмодернізму. Домінантним принципом епохи стає потреба у формуванні різноманітного культурного продукту. Його виникнення обумовлене функціонуванням схеми: запит – відповідь. Культурний продукт виникає як результат, спрямований на задоволення потреби споживачів. Проте можлива й зворотна ситуація, коли створюються умови, завдяки яким буде виникати потреба у вже наявному продукті.

Постмодернізм є часом, коли набувають особливого значення культура споживання, причому мова йде про різноманітність форм, які є затребуваними в суспільстві. Подібний плюралізм товарів та послуг також виступає однією з панівних ознак часу. Хоча постмодерні реалії по-різному інтерпретуються сучасними мислителями, проте ряд ідеологів вбачають витоки тих тенденцій, що наявні у культурі, у розвитку політики неоконсерватизму, яка супроводжується фетишизацією споживання. «Зокрема, З. Бауман, Д. Белл та Ю. Хабермас трактують постмодернізм як результат політики та ідеології неоконсерватизму, для якого характерний естетичний еkleктизм, фетишизація предметів споживання та інші риси постіндустріального суспільства» (Постол, 2010, с. 70). Акцент на культурі споживання та її значне поширення протягом останніх десятиліть може сприйматися як певне явище, що має негативну конотацію, проте важливим є розуміння механізму функціонування цього процесу.

Особливість постмодерної ситуації полягає у тому, що раніше культура споживання змінювала характер й значення культурних продуктів та матеріальних цінностей. На першому плані була утилітарна функція, проте тепер її замінює знакова функція, що зазначають А. Курилова та Д. Тіхазе. Наявність бажаного у модерну добу означала задоволення потреби, але відтепер цього замало. «В сучасному ж суспільстві цього насичення не відбувається, через те, що речі грають тут абсолютно іншу роль: вони постають у вигляді одиниць культурного обміну, несуть в собі не утилітарну, а знакову функцію. Головним стає не задоволення суто практичної потреби, а бажання за допомогою речі влитися в культурний діалог, налагодити і постійно підтримувати комунікацію із зовнішнім світом» (Курилова & Тіхазе, 2011, с. 37-38). Тобто сфера івент-менеджменту є засобом просування культурного товару, який потребує споживач.

Реалії XXI ст. пов'язані з особливим статусом івент-менеджменту, який постає інструментом організації подій в культурному та мистецькому просторі сьогодення. М. Поплавський наголошує на тому, що доцільно аналізувати їх як механізм управління. «Event-технології розглядаються як механізм функціонального координування всіх спеціалістів, які причетні до створення й проведення спеціального заходу. У межах управлінського підходу event може розглядатися з точки зору функцій художньо-творчої діяльності та її складових» (Поплавський,

2017, с. 188). Розвиток івент-сфери та поширення в суспільному просторі унаочнюють системний характер діяльності івент-менеджерів. Практика організації івентів потребує залучення ряду теоретичних знань та практичних навичок, які сприятимуть досягненню поставленої мети, що полягає у реалізації проєкту. Це поєднання знань стратегій розвитку культури, специфіки організації рекламних компаній, аналітичної роботи. Більшість дослідників схиляються до думки, що всі моделі життєвого циклу проєкту мають ряд спільних рис і можуть бути представлені у вигляді базової схеми Дж. Голдבלата (Goldblatt, 2004), що складається з п'яти основних етапів: дослідження, розробка, планування, координація та оцінка. На всіх етапах організації культурного проєкту важливою складовою роботи івент-менеджерів є комунікація, яка здійснюється між членами команди та ще більшою мірою з іншими учасниками, які так чи інакше залучаються до проєктної діяльності. На етапі дослідження відбувається моніторинг ситуації, існуючої потреби у івенті та аналізі того, на яку кількість учасників він має бути розрахований. Вже на першому етапі мають проявлятися не лише аналітичні здібності івент-менеджера, а й комунікативні якості. На етапі розробки відбувається пошук ідей, що також супроводжується аналогічними процесами. «Успішний план – це безперервний пошук нових ідей за допомогою мозкового штурму для генерації ідей і Mind Mapping для їх синтезу» (Ермаков и др., 2017, с. 144). Лише на третьому етапі, який пов'язаний з плануванням, можливе зменшення комунікації із клієнтом. Адже в цей період менеджер має прорахувати специфіку використання часу, простору та наявних ресурсів. Але і на даному етапі можливе безпосереднє спілкування із замовником чи іншими суб'єктами, що є дотичними до реалізації проєкту. На наступному етапі, який представлений координуванням процесу виконання плану, комунікативні якості мають бути постійно задіяні. Так само на завершальному етапі, який пов'язаний з оцінюванням результатів проведення івенту, важливим є спілкування з замовником, учасниками проєкту, яке може проходити через опитування чи інші форми зворотного зв'язку.

О. Дементьева (2019) у своїй розробці «Основні поняття event-менеджменту» згадує 7Р мікс-маркетинг, враховуючи який можна продуктивно втілювати та розробляти event-заходи, що допомагає успішно працювати на ринку, пов'язаному з культурним продуктом: «... є 7 складових даного підходу, в центрі яких завжди знаходиться клієнт. До них відносяться: продукт, його ціна, поширення продукту, його просування, персонал, процес просування і підтвердження» (с. 42). Виходячи з позиції клієнтоорієнтованості стає зрозумілим, що взаємодія із замовником, як і шляхи реалізації проєкту, побудовані здебільшого саме на комунікації. Комунікативний процес варто розуміти ширше, ніж безпосереднє спілкування з замовником чи колегами по проєктній діяльності. Власне сама сфера культури стає комунікацією, де відбувається обмін повідомленнями між адресатом та реципієнтом, причому повідомленням може бути мистецький твір, аудіальна чи візуальна практика.

Специфіка івент-сфери полягає у тому, що вона має прикладний характер, в ній відсутні чіткі та однозначні сценарії, які б унеможливили появу проблемних питань. Вона передбачає постійний пошук та здатність до швидкої модифікації засобів реалізації проєкту. Дослідники відзначають потребу у пошуку власних

методик в івент-менеджменті: «Методом «спроб і помилок», аналізуючи власний досвід та розробку конкурентів, у кожній компанії створюється власний підхід до організації корпоративних заходів. Але кожна з цих технологій організації хоча і розроблена майже досконально, проте все одно не є ідеальною» (Мухина и др., 2019, с. 350-351). Практика модифікації підходів у івент-менеджменті обумовлена мінливістю соціокультурної діяльності. Серед проблем, які можуть спричиняти складнощі в реалізації івентів, виділяють такі, як ультракороткі терміни контрактів, демпінг (продаж товарів та послуг за цінами, що нижче ринкових), великі ризики. Разом з тим внаслідок того, що ринок івент-менеджменту має відкритий характер, він передбачає легкість у прийнятті нових рішень та можливості адаптації до певних незвичних умов.

Івент-сфера в сучасній культурі відіграє ряд важливих функцій, які не обмежуються задоволенням базових потреб, а й виступають показником тих змін, які відбуваються у суспільстві. Так різноманітні івенти, як вірно відмічено А. Тормаховою, постають формою активізації діяльності культурних інституцій, а також провідною практикою, що віддзеркалює суспільні запити. «Попри те, що своєрідною ознакою сучасного культурного простору є спрямованість на економічну обґрунтованість доцільності здійснення будь-яких культурних ініціатив, в останні роки можна спостерігати підвищення ролі культурних проєктів як засобу активізації та відродження традиційних інститутів» (Тормахова, 2016, с. 13).

Необхідно вказати на суттєві проблемні питання, які стосуються сфери сучасного івент-менеджменту. Внаслідок пандемії COVID-19 та поширення карантинних заходів, виникли кризові ситуації у економіці більшості країн світу, які вплинули безпосередньо і на розвиток культури. Скасування більшості івентів, які були заплановані у першій половині 2020 року, спричинили скорочення кількості заходів, що були реалізовані. Пандемія стала своєрідним викликом, який сприяв перегляду доцільності проведення проєктів. Разом з тим зросла кооперація між представниками соціокультурної та мистецької сфери з різних країн світу. На регулярній основі почали організовуватись онлайн-заходи, які повинні були заповнити прогалину, що виникла внаслідок відсутності офлайн-проєктів. Дж. Голдблат та С. Лі (Lee & Goldblatt, 2020) у передмові до восьмого видання розробки, присвяченій івент-менеджменту, зазначають, що пандемія коронавірусу є часом для «рефлексії, інновацій та рішень» (р. XXV). Попри не найкращі в економічному плані часи, івент-менеджмент продовжує розвиватись, адже опинившись перед труднощами активізується потреба в оновленні та створенні нових можливостей створення, відтворення та просування культурного продукту. На відміну від тих ініціатив, які функціонували у XX ст., що мали здебільшого офлайн форму, наразі існує чимало можливостей для впровадження онлайн-комунікації. Щобільше, її інтенсивність має бути не меншою, ніж при безпосередньому спілкуванні, а й навіть більшою. Тому можна відзначити актуальність розвитку комунікативних якостей івент-менеджерів, що мають реалізовуватись різними шляхами.

Актуальним завданням для івент-менеджера є розвиток навичок комунікації. Певні люди більше схильні до соціальної інтеракції, проте у разі відсутності яскраво виражених комунікативних здібностей, доцільним є опанування основ ораторського мистецтва. Звернення до технік, пов'язаних з красномовством,

сприятиме успішній професійній діяльності івент-менеджера, адже його ефективність обумовлена здатністю переконувати у перевагах пропонованого культурного продукту цільову аудиторію. Окрім цього здобуті навички можна буде застосовувати для повсякденного спілкування.

Висновки

Івент-менеджмент – прикладна галузь, що має мінливий характер. Значною мірою організація проєктів пов'язана з постійною комунікацією між різними суб'єктами – організаторами, менеджерами та замовниками культурних послуг. Їх інтеракція є перманентною та такою, що проявляється на різних етапах організації івенту. Комунікація є не лише формою взаємодії учасників проєктної діяльності, а й способом трансляції культурних цінностей. Відповідно необхідно умовою для роботи івент-менеджера є наявність розвинених комунікативних якостей. Зміна соціокультурних умов обумовлює модифікацію типу проєктів, актуалізуючи потребу їх проведення в онлайн-формі. Це стимулює розвиток різних форм активності та стає поштовхом для впровадження інновацій в івент-менеджмент.

Список використаних джерел

- Дементьева, А. О. (2019). Основные понятия event-менеджмента. *StudNet*, 2(4), 41–44.
- Ермаков, С. Г., Макаренко, Ю. А., & Соколов, Н. Е. (2017). Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятий. *Управленческое консультирование*, 9(105), 140–148.
- Курилова, А. С., & Тихазе, Д. К. (2011). Язык общества потребления: коммуникативная функция вещи. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 2, 37–43.
- Мухина, М. В., Каткова, О. В., Мухина, Е. С., Авдонина, Д. С., & Бочкарева, Ю. В. (2019). Совершенствование технологий event-маркетинга. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*, 2(36), 348–354.
- Поплавський, М. М. (2017). Event-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології*, 33, 186–197.
- Постол, А. А. (2010). Постмодернізм як сучасна суспільно-політична реальність. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 42, 69–79.
- Тормахова, А. (2016). Специфіка взаємодії культурних інститутів та проєктів в сучасному українському просторі. *Університетська кафедра*, 5, 7–14.
- Goldblatt, J. J. (2004). *Special Events: Event Leadership for a New World* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Lee, S., Goldblatt, J. (2020). *Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events* (8th ed.). Wiley.

References

- Dement'eva, A. O. (2019). Osnovnye ponyatiya event-menedzhmenta [Basic concepts of event management]. *StudNet*, 2(4), 41–44 [in Russian].
- Ermakov, S. G., Makarenko, Yu. A., & Sokolov, N. E. (2017). Event-menedzhment: obzor i sistematzatsiya podkhodov k organizatsii meropriyati [Event-management: Review i sistematzatsiya podkhodov k organizatsii meropriyati].

- and Systematization of Approaches of the Organization of Events]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 9(105), 140–148 [in Russian].
- Goldblatt, J. J. (2004). *Special Events: Event Leadership for a New World* (4th ed.). John Wiley & Sons [in English].
- Kurilova, A. S., & Tikhaze, D. K. (2011). Yazyk obshchestva potrebleniya: kommunikativnaya funktsiya veshchi [The language of consumer society: communicative role of thing]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya*, 2, 37–43 [in Russian].
- Lee, S., & Goldblatt, J. (2020). *Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events*. (8th ed.). Wiley [in English].
- Mukhina, M. V., Katkova, O. V., Mukhina, E. S., Avdonina, D. S., & Bochkareva, Yu. V. (2019). Sovershenstvovanie tekhnologii event-marketinga [Improving the technologies of event-marketing]. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya*, 2(36), 348–354 [in Russian].
- Poplavskiy, M. M. (2017). Event-menedzhment u industrii dozvillia [Event management in the leisure industry]. *Issues in Cultural Studies*, 33, 186–197 [in Ukrainian].
- Postol, A. A. (2010). Postmodernizm yak suchasna suspilno-politychna realnist [Postmodernism as modern socio-political reality]. *Humanitarian Bulletin of Zaporozhye State Engineering Academy*, 42, 69–79 [in Ukrainian].
- Tormakhova, A. (2016). Spetsyfika vzaiemodii kulturnykh instytutiv ta proektiv v suchasnomu ukrainskomu prostori [The specificity of the interaction between cultural institutions and projects in the Ukrainian space]. *Universytetska kafedra*, 5, 7–14 [in Ukrainian].

COMMUNICATIVE SKILLS IN THE WORK OF EVENT MANAGER

Yevheniia Korolenko^{1a}, Iryna Shvets^{2a}

¹Assistant,

ORCID: 0000-0003-1552-0394, e-mail: k-e-o@ukr.net,

²Assistant,

ORCID: 0000-0002-4847-6097, e-mail: mandarina1912@ukr.net,

^aKyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to review the role and importance of communication skills in the professional activities of event managers. To support the researched issue, there are goals to outline the specifics of the postmodern culture of consumption, which updates the interest in the event sphere and trends in the sociocultural practice of today. The research methodology involves the use of an analytical method, which is used to identify the main characteristics that are inherent in the postmodern culture of consumption. The synthesis method is used to highlight the role of communication in the functioning of event management. The predictive method is used to outline the prospects for the development of event management. Event management is an application industry that has a changing nature. The analysis of this applied

field is relevant, given the lack of its thorough theoretical elaboration. The scientific novelty is to highlight the communicative nature of the event sphere. Conclusions. To a large extent, the project implementation is associated with constant communication between different participants. They are organizers, managers and customers of cultural services. Their interaction is permanent and manifests itself at different stages of the event organization. Communication is not only a form of interaction between project participants but also a way of translating cultural values. Accordingly, a necessary condition for the work of the event manager is the presence of developed communicative qualities. The development of event management is associated with rapid adaptation to changing sociocultural realities. In the face of the challenges facing humanity, new forms of interaction are emerging, involving technical means and the spread of online communication. The role of the communicative principle is emphasized, which is not only a form of interaction but also a fundamental mode of culture. Event managers' work is directly involved in communication, so it is advisable to master the basics of public speaking, which will contribute to successful professional activity.

▪ **Keywords:** event management; manager; project; communication; culture

▪ КОМУНИКАТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ В РАБОТЕ ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕРА

▪ Короленко Евгения Олеговна^{1а}, Швець Ирина Григорьевна^{2а}

▪ ¹Ассистент,

ORCID: 0000-0003-1552-0394, e-mail: k-e-o@ukr.net,

▪ ²Ассистент,

ORCID: 0000-0002-4847-6097, e-mail: mandarina1912@ukr.net,

^аКиевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

▪ Аннотация

Цель статьи – исследование роли и значения коммуникативных способностей в профессиональной деятельности ивент-менеджеров. Решение поставленной цели реализуется в задачах, которые заключаются в определении специфики постмодернистской культуры потребления, актуализирующей интерес к ивент-сфере и тенденций развития социокультурной практики современности. Методология исследования предполагает использование аналитического метода, который применяется с целью выделения основных характеристик, присущих постмодернистской культуре потребления. Задействован метод синтеза для очерчивания роли коммуникации в функционировании ивент-менеджмента. Прогностический метод привлечен для определения перспектив развития сферы ивент-менеджмента. Ивент-менеджмент – прикладная отрасль, которая имеет изменчивый характер. Анализ этой сферы является актуальным, учитывая отсутствие ее основательной теоретической обработки. Новизна исследования заключается в освещении коммуникативного характера ивент-сферы. Выводы. В значительной степени организация проектов связана с постоянной

коммуникацией между различными субъектами – организаторами, менеджерами и заказчиками культурных услуг. Их интеракция является перманентной и такой, которая проявляется на разных этапах организации ивента. Коммуникация становится не только формой взаимодействия участников проектной деятельности, но и способом трансляции культурных ценностей. Необходимым условием для работы ивент-менеджера выступает наличие развитых коммуникативных качеств. Развитие ивент-менеджмента связано с быстрой адаптацией к изменяющимся социокультурным реалиям. В условиях вызовов, стоящих перед человечеством, возникают новые формы взаимодействия, связанные с техническими средствами и распространением онлайн-коммуникации. Подчеркивается роль коммуникативного начала, которое выступает не только формой интеракции, но и базисным модусом культуры. Деятельность ивент-менеджеров непосредственно связана с коммуникацией, поэтому целесообразным является овладение основами ораторского искусства, способствующего успешной профессиональной деятельности.

Ключевые слова: ивент-менеджмент; менеджер; проект; коммуникация; культура

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221070
UDC 791.5:378:004(477)

VISUAL CULTURE AS A FACTOR IN THE FORMATION OF INNOVATIVE LEARNING TECHNOLOGIES: THE CASE OF THE KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS

Oksana Koshelieva

Senior Lecturer,
ORCID: 0000-0002-1653-2103, e-mail: renisenb@ukr.net,
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Ye. Konovaltsia St., Kyiv, Ukraine, 01133

For citation:

Koshelieva, O. (2020). Visual Culture as a Factor in the Formation of Innovative Learning Technologies: the Case of the Kyiv National University of Culture and Arts. *Issues in Cultural Studies*, (36), 228-238. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221070>.

Abstract

The purpose of the article is to characterise the essence of visual culture and determine its impact on audio visualisation and analyse the proof of its application in higher education institutions. The article also analyses the case of the Kyiv National University of Culture and Arts in introducing innovative technologies in the educational process. The research methodology is based on the use of historical and theoretical analysis of pedagogical, philosophical, and art studies sources on the issue under study. Comparative and systematic approaches have helped to define visual culture as a factor in change and innovation shaping in the education system. The scientific novelty consists in studying the features of implementing the latest forms in the educational process, which are caused by changes in cultural priorities. Conclusions. The article proves that visual culture, becoming an integral part of modern society, a universal communicator, incentive of activity, a form of Contemporary Art, a means of education, plays a significant role in the formation of public opinion and active subjectification of various forms of social activity. Therefore, the urgent need for higher educational institutions is the use of leading pedagogical technologies. One of these technologies is audio visualisation, which is considered one of the most effective and motivating means to interact with the world of science. Therefore, its involvement and competent use in the educational process is not only a time requirement, and also a complex but necessary process.

We believe that the University has gained considerable practical experience in using digital tools thanks to the use of modern digital technologies, interactive tools of educational gamification, the options of Google Classroom, conducting workshops and video conferences in a state of lockdown, managed to combine traditional and innovative

technologies successfully; modern software tools, information resources and interaction of participants in the educational process.

■ **Keywords:** visual culture; visualisation; audio visualisation; interactive teaching methods; higher education institution

■ Introduction

The changes that are taking place today in the social, economic and educational spheres are caused by globalisation, high technologies, visual communications, information innovations, ergonomics, etc., and are naturally accompanied by a re-thinking of values. In the teaching process, they are associated not only with humanisation and the humanistic orientation but also with the development of teaching technologies and the learning management. All this affects the nature of modern culture directly, the content and methods of knowledge transfer to the next generation. After all, today's student is a representative of a generation brought up under the influence of information technology. Therefore, higher educational institutions face the need to carry out not only fundamental and applied research, but also the development of progressive educational programs that would outstrip the current demand to search for new educational technologies and the introduction of new forms of the educational process management and activities in general in terms of content and informative fill-in.

The active development of the media has changed the didactic aspect and raised the general intellectual level of the audience. It indicates that at present, visual and screen images are dominant, and text is understood as information that is fixed in a sign, sound, and image. Therefore, it becomes relevant to study the transformation of methods for delivering information in the educational process. Since visual images carry the main semantic load, the main channels for information broadcasting are visual and audio visual. Influencing thinking and behaviour, they become the background of actual reality. Visualisation of the information environment is manifested in the development of modern culture.

Screen images and visual imagery are actively replacing textual reality, and therefore the wishes of the modern audience change, which in turn changes the way of perceiving the world and the thought process of the individual. Such a set of contemporary screen images (real, virtual), visual representation of data forms an educational information space, which today is based on the principles of media.

Analysis of recent studies and publications indicates the presence of works on visual culture. In particular, H. Iliina (2018) notes that: "Modern society is a society of mass production and consumption of visual images. Teaching and learning within knowledge engineering dynamics form visual literacy. In interaction with visual thinking, visual literacy forms a new system of cognitive capabilities of the individual, which are actively used in the processes of modern learning, teaching and creative activity" (p. 156). V. Solomatova explores the theoretical discourse of the approach associated with the visual shift and a new visual reality of culture. Features of the use of information technology in the educational process; use of distance learning technologies; attraction of media educational technologies, multimedia training tools;

N. Bilokonna, B. Hryvnaк, I. Dychkivska, S. Brammer, T. Clark, Y. Kundenko, Y. Siryi and others studied the innovative development of education in Ukraine. However, the influence of visual culture on the approaches and methods of educational technologies has not been studied enough.

■ Purpose of the article

The purpose of the article is to characterise the essence of visual culture in terms of audio visualisation and determine its influence on one of the critical areas of improving students' training in the modern educational process. The article covers the leading technologies, functions of audio visualisation, and analyses the feasibility of its use in higher education institutions. The article has analysed the case of the Kyiv National University of Culture and Arts in introducing innovative technologies in the educational process.

The research methodology is based on the use of historical and theoretical analysis of pedagogical, philosophical, and art studies sources on the issue under study. Comparative and systematic approaches have helped to define visual culture as a factor in change and innovation shaping in the education system.

■ Main research material

Competition between different education systems is becoming a key factor in global competition, which requires constant updating of technologies, accelerated innovations' acquisition, quick adaptation to the demands and needs of a society that is changing dynamically. Therefore, a visually oriented society of virtual opportunities and information technologies actively applies the principle of visibility, which is one of the essential means in enhancing educational activities, the use of which ensures high results. Educational innovations and their implementation determine the future of education as a public institution. The rapid development of civilisation, undoubtedly, should be reflected in teaching (Siryi, 2010, p. 65-77).

Visual culture is a set of material and intellectual values in the field of visual media; it is a historically determined system of their reproduction and functioning in society. O. Malanchuk-Rybak (2013) notes that: "The phenomenon of visual culture is that it is formed under the conditions of an increasing speed of informative content transmission, a gradual clearing of language barriers and a constant confrontation between textual analysis and visual research" (p. 100). Yu. Trach reviews the content of visual culture concept in his research. She defines that: "The words "visual" and "visuality" (derived from the Latin "visualis" – "visual", from visus "sight" and videre "to see") have come into professional use relatively recently, in the last decade of the 20th century, and were used in a relatively narrow sense, for example, audio-visual technologies. Today, it is customary to name visual elements those elements of culture that are to some extent related to the technical culture of photography, cinema, video, and the Internet" (Trach, 2017, p. 170). As for the audience, visual culture acts as a system of levels for the development of a human personality capable of perceiving, analysing, evaluating visual media text, engaging in media creativity, assimilating new knowledge in the field of visual media.

According to the classification of audio-visual media, they are divided into:

1. Visual (visible) – drawings, tables, diagrams, reproductions of paintings, slide films, transparencies, etc.
 2. Additive (auditory) – audio recordings, radio broadcasts, etc.
 3. Audio-visual (visible and auditory) – cinema films, television films, slide films with sound, computer programs, etc. (Borysiuk, 2016, pp. 71-73).
- O. B. Borysiuk provides its own classification of audio-visual training tools:
1. Sound recordings: all types of audio exercises, audio tests, the audio recording of texts, stories, audio lessons, and audio lectures.
 2. Video recordings: video clips, video tutorials, video films, video lectures, thematic slides, etc.
 3. Computer training tools: electronic textbooks, self-teachers, manuals, reference books, dictionaries, applied training, control programs, etc.
 4. The Internet: network databases, video conferences, video broadcasts, virtual seminars, teleconferences, telecommunications projects, etc.

Visual culture predetermines the relevance and necessity of using audio-visual technologies in teaching, since audio-visual materials simplify the perception of information, contribute to better memorisation and understanding of the information received. Audio-visual training tools are a kind of tools that are most widely used in the educational process, including screen and audio tools designed to demonstrate visual and auditory information (Zaiets, 2019, p. 24). Audio-visual training tools play an important role in the educational process, since they have a significant impact on students; provide a figurative perception of the material and its visual detail in the most accessible form for perception and memorisation. Moreover, today audio-visual communications have put on a back burner the printed word, and screen forms of creativity are gradually replacing traditional ones.

Higher education institution today is a sociocultural space characterised by increased intensity of innovation processes. For Ukraine, the innovative potential of higher education can and should become a resource for a modernisation breakthrough (Pavlova, 2014, p. 248). It is known that the combination of various forms of information transfer (graphic, sound, visual) increases the effectiveness of studying. Most modern audio-visual means require special technical devices for presentation, for example, a computer, a multimedia projector, an interactive whiteboard, etc. Innovative technologies for the provision of educational services are becoming a means of effective activity for students in the context of fundamental changes in the organisation of the education system, methodology and technology of integral teaching and learning process management; strengthening the humanisation of education; study, generalisation and distribution of advanced native and foreign teaching experience (Naidonov & Khvalko, 2018).

The process of mastering audio-visual and information technologies is based on the principles of interdisciplinary integration. The use of audio-visual technologies in teaching should take into account the peculiarities of education informatisation, and the structure and content of audio-visual materials should be an integral part of the process-oriented training of future specialists. In general, audio-visual means in education provide the development of such skills and abilities as: the ability to receive information from various sources; the ability to use the audio-visual means;

ability to provide/present information in any way; the ability to analyse, evaluate the educational process; the ability to overthink own activities; the ability to solve didactic problems.

The use of audio-visual means in teaching should motivate to educational activities, contain the necessary information, increase interest in the topic, positively influence the formation and understanding of concepts, develop creative abilities, aesthetic interests of students. However, changes in the methods of presenting educational material primarily concern teachers, because they create the information base, model, choose a system of visualisation tools and use the necessary devices (computer programs, electronic textbooks, interactive whiteboards, multimedia projectors). The main element of the educational process is the formation of knowledge, skills and abilities to work with information, which should be developed and formed purposefully (Karabin, 2018, p. 132-135). The role of the modern teacher is essential for mediating between information sources of the latest technologies and the most effective form of teaching for the target audience. A Generation Z teacher must effectively use new information tools in solving professional problems. Thus, he is transformed into the creator of modern educational tools of a new generation, that is, he ceases to be a passive informatisation contemplator.

The University strives to provide not only teaching forms and methods but also training tools. Therefore, to improve the teaching and learning process, it offers students and teachers: computer and subject complexes, computer educational equipment, network and telecommunication equipment, screen-sound devices, equipped laboratories, a modern scientific library (includes not only the necessary equipment but also its own website, where there is an electronic catalogue, virtual reference, multimedia, virtual exhibitions, digital products, etc.), multimedia devices, video lectures, multimedia resources, etc. For example, the University scientific library “has practical experience in using many digital tools included in Top Tools for Learning 2019, using them in conducting intelligent gaming events. Genially and H5P formal learning tools from the “development resources” group and Kahoot! from the “classroom” group are used most often in the information and educational activities of the library” (Horban&Skachenko, 2020, p. 66-79).

The University surmises that it is the teacher who creates the conditions for informatisation; therefore, the institution organises various events aimed at popularising digital literacy and digital skills of the teaching staff. So, in March 2020, the Department of Computer Sciences conducted pieces of training for teachers in the format of a video conference “Digital tools for distance education”. During workshops in the lockdown, the participants discussed and visualised the expectations of distance education, learned about the services of the Google Suite for Education and the possibilities of using it at the University, tested several gamification interactive educational tools, as well as useful features of Google Classroom for teaching students (Digital week of KNUKiM, 2020). The University’s management understands that “a high level of mastering digital technologies presupposes the availability of creative skills for effective work in online apps and services, social networks and on web portals, creative presentation of information, its qualified collection, processing, arrangement, storage, analysis and knowledge extraction” (Humenchuk, 2020, p. 96).

The University aims to provide students with all the opportunities for receiving and processing information from traditional to the newest one. Along with the usual lectures, seminars, the institution conducts online quizzes (for example, the “Do you know Shevchenko?” educational online quiz (2019), organised by the Department of Philosophy and the Scientific Library of the University); webinars, which is an effective way to convey relevant information to students, as well as develop their practical knowledge and skills; online conferences; round tables; photo-, video exhibitions, etc. Materials of all teaching materials have been transferred into electronic form and made available for free access to students. Teachers offer not just textual information, but a full-fledged media resource for the discipline, filled with audio, video materials, and infographics. Online lectures are an example of such a transition from a traditional to an innovative form of information provision. In a short time (we are talking about the lockdown, when in March 2020, to prevent the spread of COVID-19 in Ukraine, all educational institutions were closed and distance education was introduced) teachers were able to adapt to distance education conditions and successfully implement educational activities. The 2020/2021 academic year at the University is organised based on Moodle (Modular Object-Oriented Distance Learning Environment) platform, which provides teachers, students and administrators with a large set of tools for computerised learning, including distance education (<https://sites.google.com/knukim.edu.ua>). Distance education is a powerful learning tool. In order to increase the effectiveness of new information technologies in teaching, a particular system should be formed, which provides a new understanding of the essence of learning, the role of the teacher and students in this process, the relationship between the teacher and students, and the equipping of workplaces (Prybylova, 2014, p. 28).

Today the educational process combines innovative and traditional technologies; modern software tools; informational resources; interaction of participants in the educational process in an open model of asynchronous individual learning; databases and knowledge; communication means (Sapohov, 2018, p. 53). Therefore, taking into account the events in the world and changes in the activities of all industries, our country initiates the transition to a blended form of education, which in turn will only strengthen the position of innovative, interactive forms of learning and the use of educational platforms. The Ministry of Education and Science of Ukraine has prepared Recommendations for the introduction of blended learning in colleges and higher educational institutions, which explains the need for new approaches to learning, in particular the large-scale introduction of online technologies: “Toolkit for creating content using the educational platform usually ensures that teachers personally develop only basic objects in the form of HTML pages, tests, presentation, etc. However, even such work requires special technical means (graphic tablets, interactive whiteboards and multiboards, microphones, scanners, document cameras, graphic editors and other software). Interactive, multimedia content (graphic, video materials, simulators, etc.) is created in specialised environments by qualified specialists (designers, modellers, operators, programmers, etc.) using special-purpose hardware” (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/2020/>).

Considering the above mentioned, it can be argued that in the educational process, there is a steady tendency to move away from traditional pedagogical technologies and transition to new forms. The innovative technologies are based on the productive principle of mastering the material, which implies the rejection of templates, creative, meaningful, practical application, and reflection. This is explained by the increasing role of visuality in the formation of the social and cultural foundations of modern social experience, social order. The idea is also being developed that due to this there is a change in society (visuality gives rise to another sociality), an increase in new social knowledge (visual culture adequately reflects the new social order and organically integrates into the social picture of the world).

Conclusions

Thus, visual culture plays a significant role in forming public opinion and active subjectification of various forms of public activity. Modern society is impossible without visual culture, which has become an integral part of life, a universal communicator, an incentive for activity, a type of contemporary art, and a means of education. Therefore, the use of leading pedagogical technologies that provide effective technologies for processing, transferring, storing and using information is becoming very important for higher educational institutions. One of such technologies is audio visualisation as a means of personal self-realisation. It allows you to open not only new prospects for the development of methodological thought but also a wide range of opportunities for the application of innovative technologies in reality. Considering the format of information perception, audio-visual materials are considered one of the most effective and motivating means for interacting with the science world. Moreover, modern services help to achieve greater efficiency in the use of audio-visual tools in the educational process. Therefore, its involvement and competent use in the educational process is not only a time requirement, and also a complex but necessary process.

We consider that the Kyiv National University of Culture and Arts has gained significant practical experience in using multiple digital tools through the use of modern digital technologies, conducting trainings and video conferences under quarantine conditions, using gamification interactive educational tools, as well as the capabilities of Google Classroom. The University has successfully combined traditional and innovative technologies; modern software tools, information resources and interaction of participants in the educational process. Teachers offer not only textual information, but a full-fledged media resource for the subject, filled with audio, video materials, infographics, etc.

The research does not review all aspects for the influence of visual culture on education, since visualisation technologies in the educational process, as well as determining the advantages and disadvantages of multimedia technologies for students of higher education, remain unexplored.

References

- Borysiuk, O.B. (2016). Vykorystannia audiovizualnykh zasobiv navchannia v osvitnii systemi Ukrainy [Use of audiovisual teaching aids in the educational system of Ukraine]. In

- Věda a technologie: krok do budoucnosti – 2016* [Science and technology: a step into the future – 2016]. Materiály XII mezinárodní vědecko-praktická konference (Díl 9, s. 71-73). Praha: Education and Science [in Ukrainian].
- Chy znaiete vy Shevchenka? - Naukova biblioteka KNUKIM. (2019, 23 May) [Do you know Shevchenko? – Scientific Library of KNUKIM]. <http://lib.knukim.edu.ua/chi-znaiete-vi-shevchenka/> [in Ukrainian].
- Horban, Yu.I., & Skachenko, O.O. (2020). Dosvid vykorystannia tsyfrovoho instrumentu navchannia Kahoot! u diialnosti biblioteki universytetu [Experience using the digital learning tool Kahoot! in the activities of the university library]. *Ukrainskyi zhurnal z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*, 5, 66-79 [in Ukrainian].
- Humenchuk, A.V. (2020). Skladovi tsyfrovoi kultury bibliotechnoho fakhivtsia [Components of digital culture of a librarian.]. *Ukrainskyi zhurnal z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*, 5, 96-105 [in Ukrainian].
- Ilina, H. (2018). Vizualna hramotnist u konteksti kohnityvnykh ta osvitynykh protsesiv [Visual literacy in the context of cognitive and educational processes]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, 1, 156-168 [in Ukrainian].
- Karabin, O.I. (2018). Modernizatsiia profesiinoi osvity: profesiinyi samorozvytok maibutnykh fakhivtsiv [Modernisation of vocational education: professional self-development of future specialists]. *Innovatsiina pedahohika*, 4(1), 132-135 [in Ukrainian].
- Malanchuk-Rybak, O. (2013). Vizualna kultura yak doslidnytskyi ob'ekt [Visual culture as a research object]. *Mystetstvoznavchyi avtohrاف*, 6/8, 99-106 [in Ukrainian].
- Naidonov, I.M., & Khvalko, S.Ia. (2018). Osvitni tekhnolohii yak zasoby efektyvnoho nadannia vykladachem osvitynykh posluh u VNZ [Educational technologies as a means of effective provision of educational services by a teacher in a university]. In *Ukraina v humanitarnykh i sotsialno-ekonomichnykh vymirakh* [Ukraine in the humanitarian and socio-economic dimensions]. Proceedings of the III All-Ukrainian Scientific Conference (Part II, pp. 96-97). Dnipro: Okhotnik [in Ukrainian].
- Pavlova, T.V. (2014). Innovatsiina model rozvytku vshchoho navchalnoho zakladu yak chynnyk zabezpechennia vysokoi yakosti pidhotovky fakhivtsiv [Innovative model of higher education development as a factor in ensuring high quality training]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, 3 [in Ukrainian].
- Platforma elektronnoho navchannia. [E-learning platform]. *Dystantsiine navchannia*. <https://sites.google.com/knukim.edu.ua/distancelearning/moodle?authuser=6&fbclid=IwAR3j6rBMFmNwoIqAfYZYWHieihTPJR9TNEQG9UbiI87rxOEF3Ms2lcFFEjY> [in Ukrainian].
- Prybylova, V.M. (2014). Problemy ta perevahy dystantsiinoho navchannia u vshchykh navchalnykh zakladakh Ukrainy [Problems and advantages of distance learning in higher educational institutions of Ukraine]. *Problemy suchasnoi osvity*, 4, 27-36 [in Ukrainian].
- Rekomendatsii shchodo vprovadzhennia zmishanoho navchannia u zakladakh fakhovoi peredvshchoi ta vshchoi osvity* [Recommendations for the introduction of blended learning in institutions of professional higher and higher education]. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/2020/zmyshene%20navchanny/zmishanenavchannia-bookletspreads-2.pdf> [in Ukrainian].

- Sapohov, M.V., (2018). Smart-navchannia yak tekhnolohichna innovatsiia u profesiinii pidhotovtsi mahistriv [Smart learning as a technological innovation in the professional training of masters]. *Innovatsiina pedahohika*, 4(2), 53-56 [in Ukrainian].
- Siryi, Ye.V. (2010). Innovatsiyni rozvytok osvity v Ukraini: rozghortannia problemy ta zasadnytski oriientyry [Innovative development of education in Ukraine: problem development and basic guidelines]. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky*, 11, 65-77 [in Ukrainian].
- Trach, Yu.V. (2017). Zmist poniat "vizualna hramotnist" i "vizualna kultura" [The meaning of the concepts "visual literacy" and "visual culture"]. *Pytannia kulturolohii*, 32, 170-186 [in Ukrainian].
- Tsyfrovyy tyzhden KNUKiM (2020, 31 March). [Digital week KNUKiM]. <http://knukim.edu.ua/cyfrovuj-tyzhden-knukim/> [in Ukrainian].
- Zaiets, H.V. (2019). Audiovizualni zasoby u protsesi navchannia rosiiskoi movy yak inozemnoi [Audiovisual means in the process of learning Russian as a foreign language]. *Problemy zahalnoho i slovianskoho movoznavstva*, 3, 24-30. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumo_2019_3_6 [in Ukrainian].

■ ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ: ДОСВІД КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

■ Кошелєва Оксана Борисівна

■ Старший викладач,

ORCID: 0000-0002-1653-2103, e-mail: renisenb@ukr.net,

Київський національний університет культури і мистецтва,

Київ, Україна

■ Анотація

Мета статті – схарактеризувати сутність візуальної культури та визначити її вплив на аудіовізуалізацію, проаналізувати доцільність її застосування у закладах вищої освіти. А також проаналізувати досвід Київського національного університету культури і мистецтва в запровадженні інноваційних технологій в навчальному процесі. Методологія дослідження базується на використанні історико-теоретичного аналізу педагогічних, філософських, мистецтвознавчих джерел з досліджуваної проблеми. Компаративний та системний підходи допомогли визначити візуальну культуру як чинник формування змін та інновацій в системі освіти. Наукова новизна полягає в дослідженні особливостей реалізації новітніх форм в навчальному процесі, що зумовлені змінами культурних пріоритетів. Висновки. Доведено, що візуальна культура, ставши невід'ємною частиною сучасного суспільства, універсальним комунікатором, стимулом діяльності, видом сучасного мистецтва, засобом освіти, відіграє помітну роль у формуванні суспільної думки та активної суб'єктивізації різних форм суспільної активності. Тому, нагальною потребою вищих навчальних закладів є використання провідних педагогічних технологій.

Одною з таких технологій є аудіовізуалізація, яка вважається одним з найефективніших та мотивуючих засобів, що дозволяють взаємодіяти зі світом науки. Тож, її залучення та грамотне використання в навчальному процесі є не лише вимогою часу, а й складним, проте необхідним процесом. Вважаємо, що Київський національний університет культури і мистецтв отримав значний практичний досвід використання цифрових інструментів завдяки використанню сучасних цифрових технологій, інтерактивних інструментів освітньої гейміфікації, можливості Google Classroom, проведенню тренінгів та відеоконференцій в умовах карантину; зумів вдало поєднати традиційні та інноваційні технології, сучасні програмні засоби, інформаційні ресурси та взаємодію учасників освітнього процесу.

■ **Ключові слова:** візуальна культура; візуалізація; аудіовізуалізація; інтерактивні форми навчання; заклад вищої освіти

■ ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ: ОПЫТ КИЕВСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

■ Кошелева Оксана Борисовна

■ *Старший преподаватель,*

ORCID: 0000-0002-1653-2103, e-mail: renisenb@ukr.net,

Киевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

■ Аннотация

Цель статьи – охарактеризовать сущность визуальной культуры и определить ее влияние на аудиовизуализацию, проанализировать целесообразность ее применения в учреждениях высшего образования. А также проанализировать опыт Киевского национального университета культуры и искусств во внедрении инновационных технологий в учебном процессе. Методология исследования базируется на использовании историко-теоретического анализа педагогических, философских, искусствоведческих источников по исследуемой проблеме. Компаративный и системный подходы помогли определить визуальную культуру как фактор формирования изменений и инноваций в системе образования. Научная новизна заключается в исследовании особенностей реализации новых форм в учебном процессе, которые обусловлены изменениями культурных приоритетов. Выводы. Доказано, что визуальная культура, став неотъемлемой частью современного общества, универсальным коммуникатором, стимулом деятельности, видом современного искусства, средством образования играет заметную роль в формировании общественной мысли и активного субъективизирования разных форм общественной активности. Поэтому, неотложной потребностью высших учебных заведений является использование ведущих педагогических технологий. Одной из таких технологий является аудиовизуализация, которая считается одним из самых

эффективных и мотивирующих средств, что позволяют взаимодействовать с миром науки. Поэтому, ее привлечение и грамотное использование в учебном процессе является не только требованием времени, но и сложным, однако необходимым процессом. Считаем, что Киевский национальный университет культуры и искусств получил значительный практический опыт использования цифровых инструментов благодаря использованию современных цифровых технологий, интерактивных инструментов образовательной геймификации, возможности Google Classroom, проведению тренингов и видеоконференций в условиях карантина; сумел удачно соединить традиционные и инновационные технологии, современные программные средства, информационные ресурсы и взаимодействие участников образовательного процесса.

■ **Ключевые слова:** визуальная культура; визуализация; аудиовизуализация; интерактивные формы обучения; учреждение высшего образования

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221071
УДК 378.147 :7.91]:378.4(477-25)КНУКІМ

ВПРОВАДЖЕННЯ ФЛЕШМОБУ В НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТА ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ОСВІТНЬОГО ДОСВІДУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ)

Кириленко Катерина Михайлівна

Доктор педагогічних наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-3303-3947, e-mail: kf919@ukr.net,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Кириленко, К.М. (2020). Впровадження флешмобу в навчальний процес підготовки спеціаліста галузі культури і мистецтва (на прикладі освітнього досвіду Київського національного університету культури і мистецтв). *Питання культурології*, (36), 239-249. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221071>.

Анотація

Мета статті – з'ясувати дидактичні можливості флешмобу в процесі викладання загальногуманітарних дисциплін у закладах вищої освіти культурно-мистецького спрямування та ознайомлення з освітнім досвідом Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКІМ) з впровадження флешмобів в навчальний процес. У статті висвітлено багаторічний досвід апробації флешмобів на лекціях з дисципліни «Філософія» в КНУКІМ та представлені результати його проведення. Використовуються такі методи дослідження, як: педагогічне спостереження, педагогічний експеримент, аналіз, синтез, узагальнення, а також синектика, елементи аксіоматичного та гіпотетико-дедуктивного методів. Наукова новизна дослідження полягає у висвітленні авторського досвіду роботи та в аналізі його результатів. Висновки. Аналіз практичного досвіду засвідчує доцільність впровадження в освітній процес підготовки спеціалістів за спеціальностями даної галузі не лише сучасних технологій навчання, але й форм та методів культурно-мистецького середовища. Продемонстровано використання потенціалу флешмобу формувати нові звички, включати значну кількість студентів в змістовну діяльність. З'ясовано, що впровадження флешмобів як творчих методів роботи в процесі викладання загальногуманітарних дисциплін у вищій школі дозволяє зацікавити та вмотивувати студентів; стимулювати розвиток творчих здібностей; активізувати пізнавальну діяльність; спрямувати викладання непрофільних дисциплін у сферу професійних інтересів та у площину особистісних пошуків студента; мотивувати молодь до формування активної світоглядної та громадянської позиції; залучити студента до творення інноваційного освітнього середовища.

Ключові слова: флешмоб; лекція; творчі завдання; інноваційне освітнє середовище; навчальний досвід КНУКІМ

Вступ

Культурно-мистецькі практики, що активно розвиваються нині, не лише створюють зростаючий попит на культурно-мистецьку діяльність у суспільстві, але й актуалізують проблему підготовки спеціаліста у сфері культури, який би був здатний як творити ці нові культурно-мистецькі форми, так і вміти їх аналізувати. Навчання спеціаліста у галузі культури і мистецтва повинно резонувати із запитами суспільства на оновлення як освітніх, так і культурно-мистецьких змістів. У освітній процес підготовки фахівців за спеціальностями даної галузі потрібно якнайширше впроваджувати не лише сучасні технології навчання, але й форми та методи культурно-мистецького середовища. Потужній освітній потенціал у закладах вищої освіти культурно-мистецького спрямування має флешмоб – про його успішне впровадження в навчальний процес свідчить досвід Київського національного університету культури і мистецтв (далі – КНУКіМ) останнього десятиріччя.

Підґрунтя всебічного аналізу світоглядно-теоретичного та мистецько-культурного аспекту флешмобу заклав американський соціолог та письменник Говард Рейнгольд у своїх творах «Віртуальне товариство» (1993) і «Розумний натовп: наступна соціальна революція» (2006). Флешмоби були предметом вивчення значної кількості науковців і досліджувалися в різних аспектах. Так М. Афонін (2013), розглянувши флешмоб як тип взаємодії в міській спільноті, описав певні принципи його організації. Флешмоб як новий тип комунікації досліджували О. Копієвська (2015), Т. Купрій та М. Головка (2012), М. Пашкевич (2018). К. Станіславська (2016), А. Крилова (2013), Н. Мусієнко (2010) аналізували флешмоб як сучасну мистецько-видовищну форму, як перформанс. Є дослідження флешмобу як різновиду інтернет-культури та мережевого суспільства (Щербина, 2005), як форми соціальної та політичної взаємодії (Олещук, 2015), як ігрової стратегії (Чайка, 2010).

Втім, дидактичні можливості флешмобу та його навчальний потенціал в контексті викладання гуманітарних дисциплін у закладах вищої освіти не були предметом окремого вивчення.

Мета статті

Висвітлення дидактичних можливостей флешмобу в процесі вивчення загальногуманітарних дисциплін у закладах вищої освіти культурно-мистецького спрямування та ознайомлення з освітнім досвідом КНУКіМ з впровадження флешмобів в навчальний процес, зокрема в рамках проведення лекції, що є найбільш поширеною формою організації навчального процесу у вищій школі.

Виклад матеріалу дослідження

Як зазначають дослідники, флешмоб (від англ. flash-mob – «миттєвий натовп») – це «вид короткострокової вуличної акції, що ініційована та проводиться, зазвичай, мережевими користувачами» (Кириленко, 2018). Важливими рисами флешмобу є попередня скоординованість учасників та заздалегідь визначена їх роль у дійстві, відсутність керівника, що жорстко регламентує сценарій, імпровізованість та спонтанність в процесі проведення, мобільність, нетривалість

дії, яка має несподіване місце проведення, чітко визначений початок та кінець, у якій беруть участь усі флешмобиери водночас, деяка абсурдність того, що відбувається щодо місця і дії, відсутність будь-яких додаткових мотивів (економічного, релігійного, політичного тощо характеру). Флешмоб є спланованою дією, яка має відбуватися спонтанно.

Флешмоб є різновидом мистецтва дії чи акціонізму, іншими відомими формами якого є хепенінг та перформанс. Метою акціонізму було продемонструвати умовність та відсутність відмінностей між життям та мистецтвом, нагальність створення митцем не завершених статичних форм, а живого мистецького продукту, що творить сам себе. Мета проведення флешмобів найрізноманітніша: розважитися, отримати яскраві чи гострі відчуття, відрізнитися від інших, вразити, порушити звичний хід життя (як свого, так і оточуючих), подолати стереотипні моделі поведінки, відчутти свою причетність до певного середовища чи до певної ідеї, отримати заряд енергії, емоційне розвантаження (Пашкевич, 2018). За будь-яких обставин, флешмоб активізує та мобілізує його учасників, долаючи звичний хід їхнього життя.

Навчальний процес в закладах вищої освіти попри постійно зростаючі наміри його урізноманітнити і модернізувати тяжіє до визначеності, регламентованості, плановості та інших виявів системності. Це своїм наслідком має деяке збайдужіння та розчарування студентів як учасників навчального процесу. Привернути їх увагу до процесу навчання, зацікавити змістом навчального процесу, зорієнтувати його вивчення у сферу особистісних пошуків, стимулювати розвиток творчих здібностей, залучити студента до творення інноваційного освітнього середовища, – ці та інші можливості надає впровадження в освітнє середовище флешмобів.

Флешмоби як різновиди імпровізованих акцій неодноразово проводилися студентами, що засвідчує наявний у них інтерес до подібних акцій (Поплавський, 2001). До прикладу, в КНУКіМ традиційно проводяться флешмоби, зорганізовані студентським парламентом на підтримку соборності України та єдності українського народу (<https://www.youtube.com/watch?v=tbFLc-FnJis>), до Дня української хустки (<http://fmm.knukim.edu.ua/novini-fakultetu/2026-fleshmob-do-svyata-ukrajinskoji-khustki.html>), до Дня вишиванки (<http://knukim.edu.ua/vsesvitniy-den-vishivanki/>) та ін.

Флешмоби у КНУКіМ впроваджуються й у навчальний процес. Дидактичні можливості флешмобів вивчалися автором протягом останніх десяти років та вже висвітлювалися у науковій періодиці (Кириленко, 2016). Безперечно, флешмоби як частина новітніх методів навчання не є буквральним відтворенням флешмобів як явищ суспільно-політичного та культурно-мистецького життя (Кириленко, 2016). Флешмоби є різновидом творчих завдань, виконати які пропонується студентам за власним бажанням в рамках опанування навчальної програми з певної дисципліни. Такі завдання викликають неприхований інтерес, у тому числі навчальний, як у студентів, що радо відгукуються на їх виконання, так і у тих, що їх ігнорують. Творчі завдання мають на меті стимулювати у студента такий ракурс вивчення навчального матеріалу, який передбачає його особисте опрацювання, що супроводжується продукуванням власних ідей.

У рамках викладання дисципліни «Філософія» (у кількості 4 кредитів загальним обсягом 120 год) на другому курсі підготовки бакалаврів студентам КНУКіМ автор пропонує до виконання наступні творчі завдання: 1) зобразити найбільш філософську букву української абетки та написати есе, що пояснює свій вибір; 2) підібрати символ однієї з культурно-філософських парадигм («захід» або «схід») та аргументувати свій вибір; 3) віднайти річ чи предмет, що могли би бути новітніми креативними символами української культури та репрезентували б одну з головних її рис і розтлумачити свій символ; 4) намалювати колір істини та пояснити свій вибір. Попередньо студентам пояснюється, що есе – це невеликий за обсягом прозовий твір, який висловлює власні думки, враження автора, має довільно вибрану форму та не претендує на вичерпне розкриття теми. Свої роботи студенти презентують на лекціях, показ робіт відбувається у формі флешмобу, правила проведення якого передбачають, що всі, хто бажає взяти участь, мають на початку чи наприкінці заняття разом в аудиторії продемонструвати свою роботу, а далі по черзі її коротко пояснити. Есе, які пишуть студенти, часто мають поетичну форму, що засвідчує високий творчий потенціал студентської аудиторії, а також готовність з її боку до творчого інноваційного навчання.

Протягом 2010–2015 років на різних факультетах КНУКіМ тривав наступний проєкт: в процесі вивчення курсу «Філософія» студенти брали участь в інтелектуальному флешмобі на тему: «Найбільш філософська буква української абетки». Вони писали короткі філософські есе, які супроводжували творчими роботами: малюнками, аплікаціями, витинанками, що виконувалися у найрізноманітніших техніках. Результатом цього творчого проєкту стала книга «Філософська абетка: арт-формат» (Філософська абетка: арт-формат / авт. ідеї та упоряд. К. Кириленко. Київ : Агентство «Україна», 2016. 80 с. : іл.), яка була підготовлена до друку кафедрою філософії спільно з кафедрою графічного дизайну і реклами КНУКіМ та надрукована 2016 року. Презентація книги, а також виставка творчих робіт студентів, що увійшли до неї, та тих робіт, які були написані вже після її завершення, відбулася в читальній залі Наукової бібліотеки КНУКіМ у квітні 2016 (<http://knukim.edu.ua/filosofska-abetka-art-format/>). Книга має 80 сторінок, на яких представлені 220 малюнків, 216 студентських есе та 197 робіт студентів різних факультетів університету: кіно і телебачення, дизайну та реклами, журналістики і міжнародних відносин, готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, хореографічного мистецтва. Дане видання не лише фіналізувало п'ятиріччя студентських роздумів над філософією літери, але й стало логічним продовженням іншої книги (Філософська абетка : креативно-інновац. навч. посіб. / авт. та упоряд. К. М. Кириленко. Київ : Агентство «Україна», 2015. 144 с.), що є словником філософських термінів, який був написаний викладачем та креативно поданий студенткою (<http://knukim.edu.ua/novunu/filosofska-abetka-2/>). Якщо перша книга презентує усталені філософські терміни та поняття, то друге видання – це результат творення студентами власних смислів у результаті їх роздумів над філософською проблематикою. Автором дизайну книги «Філософська абетка: арт-формат» є голова секції плакату та графічного дизайну Київської організації Національної спілки художників України (КОНСХУ), кандидат мистецтвознав-

ства, старший викладач кафедри графічного дизайну КНУКіМ А. Будник. Книга вийшла друком у рік 130-річчя від дня народження відомого українського графіка Георгія Нарбута та містить на своїх сторінках його малюнки з серії «Українська абетка» (цікаво, що дотепер більш повного передруку «Української абетки» Нарбута 1917 року в одному виданні не було). Малюнки відомого графіка та студентів створюють на сторінках книги неповторний діалог як мистецьких технік, так і філософських сенсів.

Виконання даного творчого завдання мало великий відгук серед студентів, про що вони розповідали на презентації книги, з цікавістю відшукуючи на її сторінках власні роботи. Ідея роздумів над змістом літери надихнула студентів та викладачів на створення ще ряду книг, зокрема: «Людина – це...» (Людина – це... : інновац. навч. посіб. / авт. ідеї та упоряд. К. Кириленко. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2019. 108 с.), електронна книга «АРТ-абетка» (<http://kf.knukim.edu.ua/52-art-abetka.html>), до яких увійшли роботи студентів, що не були представлені у першій книзі або були створені після її видання.

Флешмоб «Філософія літери» відбувається і нині на лекційних заняттях з філософії, творчі роботи студентів експонуються на виставці поряд з приміщенням кафедри філософії і педагогіки КНУКіМ.

Інший флешмоб під назвою «Захід чи Схід» відбувається на лекціях із філософії в рамках ознайомлення із темою «Західна та східна парадигми філософування». Студентам пропонується принести річ, що символізує той тип культури, який їх цікавить більше, і пояснити свій вибір. Презентувати можна лише один символ, який презентує один із зазначених типів культури, що передбачає попереднє ознайомлення студентів з характеристиками цих парадигм за навчальною літературою та визначення щодо опрацьованого матеріалу. За результатами флешмобу в аудиторії викладач з'ясовує кількісну пропорцію зацікавлених у східній чи західній культурі та має можливість відповідно до цього акцентувати більшу увагу на тій частині навчального матеріалу лекції, який цікавить аудиторію найбільше. Принагідно студентам пропонується подумати над приналежністю української культури до тієї чи іншої культурної парадигми. Слід зазначити, що кількість студентів, які зацікавлені сходом, зростає з року в рік. Власне, це і було однією з причин проведення серії навчально-методичних семінарів кафедрою філософії КНУКіМ спільно з кафедрою історії філософії філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка за участі Надзвичайного і Повноважного Посла Індії в Україні пана Маноджа Кумара Бхарті.

Результати даного флешмобу були презентовані на першому науково-методичному семінарі «Індійська філософія: наука чи релігія», що відбувся 28 вересня 2017 року в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка за участі студентів та викладачів КНУКіМ (<http://knukim.edu.ua/indiyska-filosofiya-nauka-chi-religiya-2/>). За результатами роботи семінару було опубліковано науково-методичний (Філософія індійської культури : наук.-метод. посіб. інновац. типу / авт.-упоряд.: Т. Кононенко, К. Кириленко, Г. Гнатівська, А. Кирієнко, Г. Кулініч, Д. Овдієнко ; за заг. ред. Т. Кононенка. Київ : Агентство «Україна», 2019. 260 с.) та навчальний посібники (Індійська філософія : посіб.

для студентів вищих навч. закл. / авт.-упоряд.: Т. Кононенко, К. Кириленко, Г. Гнатовська, А. Кириєнко, Г. Кулініч, Д. Овдієнко ; за заг. ред. Т. Кононенка. Київ : Фоліо, 2019. 144 с.). Зазначені видання містять висвітлення проведення даного флешмобу в аудиторії та презентують аналіз його результатів.

Ще одним прикладом навчального флешмобу, який діє в рамках викладання філософії у КНУКіМ, є флешмоб «Символи української духовності». Його мета – привернути увагу студентів до роздумів над особливостями української ментальності і до визначення ключового, на їх думку, символу української культури. Свій вибір студенти супроводжують демонстрацією того чи іншого символу, який вони попередньо підбирають та приносять на лекційне заняття, а також озвученими та записаними аргументами, що розтлумачують його. Специфіка завдання полягає у тому, щоб віднайти річ чи предмет, що могли би бути новітніми креативними символами української культури. Лекція на тему «Особливості української філософії» розпочинається із навчального флешмобу, який заздалегідь анонсується студентам на попередній парі. Цей флешмоб проходить протягом десяти років на різних потоках. Типовими символами в аудиторіях є: вишиті сорочки, у яких студенти приходять на лекцію, намиста, віночки, народні сукні та хустки, зустрічаються і досить несподівані символи, як-то: шабля (як символ перманентної необхідності самозахисту), паспорт громадянина України (як символ державності), банківська картка (як символ економічної спроможності та світового визнання), фрукти та гілочки дерев (як символ людове до світу та життя у гармонії із природою та всесвітом), і навіть люстерко, власне зображення у якому студентка супроводила коментарем «Я – це і є Україна!». Наприкінці флешмобу викладач підсумовує аргументи, які наводять студенти, і разом із ними складає словесний портрет української ментальності, ґрунтуючись на якому висвітлює характерні риси української філософії. Такий вид роботи, по-перше, зорієнтовує студента на сприйняття теоретичного матеріалу, який викладається на лекції; по-друге, стимулює до попередніх роздумів над тематикою лекції та самовизначення в темі, яка буде висвітлюватися на парі, до формування світоглядних принципів та переконань, до формування громадянської позиції; по-третє, зацікавлює аудиторію у аналізі теоретичного матеріалу лекції шляхом пошуку у матеріалі, який висвітлюється викладачем, впізнаваних, прийнятних чи, навпаки, неприйнятних для власних переконань аргументів.

Викладання філософії у КНУКіМ має ще один цікавий дидактичний аспект: розробка курсу лекцій у форматі презентацій. Даний формат курсу має на меті не лише залучити до викладання гуманітарної дисципліни можливості технічних засобів навчання, але й розробити такий формат подачі лекцій з відповідним навчально-методичним забезпеченням, за якого кожна лекція позиціюється як представлення (презентація) певної теми з навчальної програми курсу. Формат презентації дозволяє повною мірою впровадити міждисциплінарний підхід до вивчення дисципліни, за якого філософія тієї чи іншої епохи постає як сплетіння культурно-мистецького пошуку окремої доби, а вивчення окремих філософських тем супроводжується їх висвітленням суміжними дисциплінами. Студенти, що вивчають курс філософії у такому форматі, можуть легко відновити лекційний матеріал на сторінках посібника, який є частиною навчально-

методичного комплексу та представлений як у друкованому, так і у електронному варіанті (Кириленко К. Філософія: наука і культура : мультидисциплінар. навч. посіб. Київ, 2014. 216 с.). Потенціал лекційного курсу у вигляді презентацій повноцінно розкривається із залученням цих матеріалів, які у достатній кількості знаходяться в Науковій бібліотеці КНУКІМ (<http://knukim.edu.ua/eksklyuzivniy-pidruchnik-yevropeyskogo-zrazka/>).

У рамках презентації лекційної теми «Гносеологія як розділ філософії» студентам, враховуючи наявність зазначених матеріалів, пропонується взяти участь у навчальному флешмобі «Колір істини». Завдання для флешмоберів полягає у тому, щоб принести річ чи предмет того кольору, який на їх думку, можна назвати кольором істини і аргументувати свій вибір. Високий творчий потенціал студентів дозволяє уникнути шаблонності та одноманітності у виконанні поставленого завдання. Кольори, які студенти презентують як кольори істини, мають широку палітру: це і різні відтінки синього, і жовтий, і зелений, і білий, і навіть червоний. Студенти приносять речі побутового вжитку, аксесуари одягу, листки кольорового чи білого паперу, вбираються самі в певну кольорову гаму тощо. Наприкінці флешмобу викладач знайомить студентів із традиційним для наукової літератури (за Ф. Порталем) потрактуванням кольору істини та пропонує вивчення теми у формі презентації, яка має не лише блакитно-синю кольорову гаму подачі матеріалу, але й супроводжується демонстрацією підібраних у відповідній кольоровій гамі репродукцій картин імпресіоністів. Імпресіонізм як течія та напрям у мистецтві пропагує фіксацію вражень та появу співпереживань, це, своєю чергою, стимулює студентів як до пошуку власного трактування проблематики істини, шляхів, методів та результатів її пошуку, так і до формування власних думок щодо наскрізних філософських відповідей на ключові питання гносеології. Такий формат викладання дозволяє не лише встановити міжпредметні зв'язки філософії з іншими дисциплінами, зокрема, культурологією та мистецтвознавством, але й візуалізувати їх.

Результати описаних флешмобів регулярно висвітлюються на сайті кафедри філософії і педагогіки КНУКІМ (<http://kf.knukim.edu.ua/>) та на сторінці кафедри в Instagram (https://www.instagram.com/kaf_philosophy/).

■ Висновки

Флешмоби мають не лише соціокультурний, але й потужний навчальний потенціал. Впровадження флешмобів як творчих методів роботи в процесі викладання загальногуманітарних дисциплін, зокрема, на лекції як найбільш розповсюдженій формі організації навчального процесу у вищій школі, дозволяє: 1) привернути увагу студентів до процесу навчання; 2) зацікавити їх у предметному наповненні дисципліни; 3) стимулювати розвиток творчих здібностей молоді; 4) активізувати пізнавальну діяльність студента під час проведення лекційних занять; 5) викладання загальногуманітарних дисциплін адаптувати до сфери професійних інтересів аудиторії; 6) зорієнтувати викладання у площину особистісних пошуків студента; 7) стимулювати у студента процес самовизначення, формування власних думок та поглядів; 8) мотивувати молодь до формування активної громадянської позиції; 9) залучити студента до творення

інноваційного освітнього середовища; 10) закласти підвалини формування освітньої концепції «освіта впродовж життя». Особливо доречним є використання дидактичного потенціалу флешмобів в роботі зі студентами закладів вищої освіти культурно-мистецького спрямування в процесі викладання дисциплін загальногуманітарного змісту. Досвід КНУКіМ з впровадження флешмобів у навчальний процес може бути використаний та вдосконалений у інших закладах вищої освіти. Предметом подальшого вивчення науковців та практиків може стати аналіз навчальних можливостей флешмобів в контексті впровадження засад дуальної освіти на творчих спеціальностях у закладах вищої освіти.

■ Список використаних джерел

- Афонин, М. В. (2013). Флешмоб как тип взаимодействия в городском сообществе. *Вестник социально-политический наук*, 12, 14–18.
- Кириленко, К. (Ред.). (2018). *Філософія культури*. Словник. Агентство "Україна".
- Кириленко, К. М. (2016). Концептуальні засади викладання філософії як непрофільної дисципліни у вищому навчальному закладі. *Гілея: науковий вісник*, 105(2), 285–290.
- Копієвська, О. Р. (2015). Флешмоб як соціокультурне явище. В *Культурологічний альманах* (Вип. 1: Ціннісні зміни молоді та сучасні форми культуротворчості, с. 70–72). Нілан-ЛТД.
- Крылова, А. В. (2013). Флешмоб и иные способы активизации массового потребления музыкальных форм искусства. *Проблемы музыкальной науки*, 1(12), 42–45.
- Купрій, Т. Г., & Головкин, М. Ю. (2012). Флешмоб як соціальне явище і технологія інформаційної комунікації. *Грані*, 7, 71–75.
- Мусієнко, Н. (2010). Public art у просторі сучасного міста: київська практика. *Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини*, 7, 136–149.
- Олещук, П. М. (2015). Вплив соціальних мереж на протестну політичну мобілізацію. *Гілея: науковий вісник*, 93, 311–314.
- Пашкевич, М. (2018). Флешмоб як новий тип сучасної перформансної комунікації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 3, 111–117.
- Поплавський, М. М. (2001). *Шоу-бізнес: теорія, історія, практика*. Видавництво КНУКіМ.
- Рейнгольд, Г. (2006). *Умная толпа: новая социальная революция* (А. Гарькавый, Пер.). ФАИР ПРЕСС.
- Станіславська, К. І. (2016). *Мистецько-видовищні форми сучасної культури* [Монографія] (2-е вид.). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Чайка, І. Ю. (2010). Особливості ігрових проявів у життєдіяльності сучасного суспільства. *Грані*, 2(70), 103–107.
- Щербина, В. (2005). Соціальні риси мережних спільнот. *Соціальна психологія*, 2, 139–149.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>.

■ References

- Afonin, M. V. (2013). Fleshmob как тип взаимодействия в городском сообществе [Flash mob as a type of interaction in the urban community]. *Vestnik sotsial'no-politicheskii nauk*, 12, 14–18 [in Russian].

- Chaika, I. Yu. (2010). Osoblyvosti ihrovykh proiaviv u zhyttiediialnosti suchasnoho suspilstva [Features of game manifestations in the life of modern society]. *Hrani*, 2(70), 103–107 [in Ukrainian].
- Kopiiivska, O. R. (2015). Fleshmob yak sotsiokulturne yavyshche [Flash mob as a socio-cultural phenomenon]. In *Culturological Almanac* (Iss. 1: Tsinnisni zminy molodi ta suchasni formy kulturo tvorchoosti [Value changes of youth and modern forms of cultural creativity], pp. 70–72). Nilan-LTD [in Ukrainian].
- Krylova, A. V. (2013). Fleshmob i inye sposoby aktivizatsii massovogo potrebleniya muzykal'nykh form iskusstva [Flash mob and other ways to activate the mass consumption of musical art forms]. *Problemy muzykal'noi nauki*, 1(12), 42–45 [in Russian].
- Kuprii, T. H., & Holovko, M. Yu. (2012). Fleshmob yak sotsialne yavyshche i tekhnolohiia informatsiinoi komunikatsii [Flashmob as a social phenomenon and information communication technology]. *Hrani*, 7, 71–75 [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. (Ed.). (2018). *Filosofiiia kultury [Philosophy of culture]*. Dictionary. Ahentstvo "Ukraine" [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. M. (2016). Kontseptualni zasady vykladannia filosofii yak neprofilnoi dystsypliny u vyshchomu navchalnomu zakladi [Conceptual principles of teaching philosophy as a non-core discipline in higher education]. *Hileia: naukovyi visnyk*, 105(2), 285–290 [in Ukrainian].
- Musiienko, N. (2010). Public art u prostori suchasnoho mista: kyivska praktyka [Public art in the space of a modern city: Kyiv practice]. *Suchasni problemy doslidzhennia, restavratsii ta zberezhennia kulturnoi spadshchyny*, 7, 136–149 [in Ukrainian].
- Oleshchuk, P. M. (2015). Vplyv sotsialnykh merezh na protestnu politychnu mobilizatsiiu [The influence of social networks on protest political mobilization]. *Hileia: naukovyi visnyk*, 93, 311–314 [in Ukrainian].
- Pashkevych, M. (2018). Fleshmob yak novyi typ suchasnoi performansnoi komunikatsii [Flashmob as a new type of modern performance communication]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 3, 111–117 [in Ukrainian].
- Poplavskiy, M. M. (2001). *Shou-biznes: teoriia, istoriia, praktyka [Show business: theory, history, practice]*. Vydavnytstvo KNUKiM [in Ukrainian].
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> [in English].
- Rheingold, H. (2006). *Umnaya tolpa: novaya sotsial'naya revolyutsiya [The smart crowd: a new social revolution]* (A. Gar'kavyi, Trans.). FAIR PRESS [in Russian].
- Shcherbyna, V. (2005). Sotsialni rysy merezhnykh spilnot [Social features of network communities]. *Sotsialna psykholohiia*, 2, 139–149 [in Ukrainian].
- Stanislavska, K. I. (2016). *Mystetsko-vydovyshchni formy suchasnoi kultury [Art and entertainment forms of modern culture]* [Monograph] (2nd ed.). National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].

IMPLEMENTING A FLASHMOB METHOD FOR THE SPECIALISTS TEACHING AND TRAINING IN THE FIELD OF CULTURE AND ARTS (THE CASE OF THE KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS)

Kateryna Kyrylenko

*Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-3303-3947, e-mail: kf919@ukr.net,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the article is to find out the didactic possibilities of flash mobs in the process of teaching of general humanities at higher educational establishments of cultural and artistic direction and to get acquainted with the educational experience of the Kyiv National University of Culture and Arts as to the introduction of flash mobs into the educational process. The article highlights the long-term experience of the approbation of flash mobs at lectures on the discipline of the "Philosophy" at the National University of Culture and Arts and presents the results of its implementation. The author of the article uses the following research methods: pedagogical observation, pedagogical experiment, analysis, synthesis, generalization, as well as synectics, elements of axiomatic, hypothetical and deductive methods. The scientific novelty of the article lies in the demonstration of the author's work experience and analysis of its results. Conclusions. The analysis of the practical experience has demonstrated the expediency of introducing into the educational process of the specialists training not only of modern training technologies, but also forms and methods of the cultural and artistic environment. The use of the flash mob's potential to form new habits and include a significant number of students into the meaningful activities has been shown. It has been found that the introduction of flash mobs as creative methods of work in the process of teaching of general humanities at higher educational establishments allows us to arouse student's interest and motivation; stimulate the development of creative abilities; activate cognitive activity; direct the teaching of non-core disciplines in the sphere of professional interests and personal search of the student; motivate young people to form an active worldview and citizenship; involve the students in creating an innovative educational environment.

Keywords: flash mob; lecture; creative tasks; innovative educational environment; educational experience of the Kyiv National University of Culture and Arts

ВНЕДРЕНИЕ ФЛЕШМОБА В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА (НА ПРИМЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОПЫТА КИЕВСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ)

Кириленко Екатерина Михайловна

*Доктор педагогических наук, доцент,
ORCID: 0000-0002-3303-3947, e-mail: kf919@ukr.net,
Киевский национальный университет культуры и искусств,
Киев, Украина*

Аннотация

Цель статьи – выяснить дидактические возможности флешмоба в процессе преподавания общегуманитарных дисциплин в высших учебных заведениях культурно-художественного направления и ознакомление с образовательным опытом Киевского национального университета культуры и искусств (КНУКиИ) по внедрению флешмобов в учебный процесс. В статье освещен многолетний опыт апробации флешмобов на лекциях по дисциплине «Философия» в КНУКиИ и представлены результаты их проведения. Используются такие методы исследования, как: педагогическое наблюдение, педагогический эксперимент, анализ, синтез, обобщение, а также синектика, элементы аксиоматического и гипотетико-дедуктивного методов. Научная новизна исследования заключается в освещении авторского опыта работы и в анализе его результатов. Выводы. Анализ практического опыта свидетельствует о целесообразности внедрения в образовательный процесс при подготовке специалистов по специальностям означенной отрасли не только современных технологий обучения, но и форм и методов культурно-художественной среды. Продемонстрировано использование потенциала флешмоба формировать новые привычки, включать значительное количество студентов в содержательную деятельность. Выяснено, что внедрение флешмобов как творческих методов работы в процессе преподавания общегуманитарных дисциплин в высшей школе позволяет заинтересовать и мотивировать студентов; стимулировать развитие творческих способностей; активизировать познавательную деятельность; направить преподавание непрофильных дисциплин в сферу профессиональных интересов и в плоскость личностных поисков студента; мотивировать молодежь к формированию активной мировоззренческой и гражданской позиции; привлечь студента к созданию инновационной образовательной среды.

Ключевые слова: флешмоб; лекция; творческие задания; инновационная образовательная среда; учебный опыт КНУКиИ

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221073
УДК 37:[338.48-6:615.8]

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ КУЛЬТУРНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТА WELLNESS-ІНДУСТРІЇ

Устименко Леся Миколаївна^{1а}, Булгакова Наталія Валеріївна^{2а}

¹Кандидат педагогічних наук, доцент,

ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Викладач,

ORCID: 0000-0001-8910-0574, e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net,

^аКиївський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Устименко, Л.М., Булгакова, Н.В. (2020). Підготовка фахівців культурно-рекреаційної сфери в контексті інтеграції туристичної та wellness-індустрії. *Питання культурології*, (36), 250-259. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221073>.

Анотація

Мета статті – аналіз впливу суспільної wellness-культури на формування wellness-освіти в контексті інтеграції туристичної та wellness-індустрії. Методологічну основу дослідження складають критичний аналіз основних дефініцій культурологічних і туризмознавчих джерел щодо дослідження wellness-культури та wellness-діяльності, міждисциплінарний синтез основних принципів формування wellness-освіти в контексті інтеграції туристичної wellness-індустрії, методи індукції та дедукції, а також контент-аналіз. Наукова новизна. Введено до наукового обігу поняття «wellness-освіта», схарактеризовано її суспільні функції та визначено основні напрямки розвитку культурно-рекреаційної сфери в контексті інтеграції туристичної wellness-індустрії в сучасному світі. Висновки. Проаналізовано основні соціальні виклики щодо необхідності запровадження wellness-освіти та найбільш вагомні світоглядні засади її формування. Обґрунтовано доцільність використання закордонного досвіду інтеграції туристичної та «wellness-індустрії», пошуку інноваційних форм організації туристсько-рекреаційної діяльності, орієнтованих на всебічний розвиток особистості. З'ясовано, що для стабільного функціонування wellness-індустрії та розвитку wellness-туризму необхідна суттєва трансформація вітчизняних рекреаційних закладів, ефективна інтеграція туристичної та wellness-індустрії, ґрунтовні наукові дослідження та підготовка сучасних фахівців для wellness-індустрії. Запропоновано ввести напрямки підготовки: туристсько-рекреаційна діяльність (фах «Менеджер wellness-діяльності»), культурно-рекреаційна діяльність

© Устименко Л. М., 2020
© Булгакова Н. В., 2020

Стаття надійшла до редакції: 07.11.2020

(фах «Організатор wellness-діяльності») з метою оптимізації розвитку вітчизняної культурно-рекреаційної сфери.

Ключові слова: wellness-освіта; wellness-культура; wellness-діяльність; wellness-індустрія; wellness-бізнес; суспільні функції wellness-освіти; інтеграція туристичної та wellness-індустрії; підготовка кадрів культурно-рекреаційної сфери

Вступ

Сучасні тенденції розвитку суспільства показують, які відбуваються зміни в парадигмі культурно-рекреаційних потреб населення, що, своєю чергою, відповідно до запитів суспільства викликає трансформацію рекреаційної системи. Яскравим прикладом цієї трансформації є збільшення на рекреаційному ринку сегменту wellness-туризму та формування wellness-індустрії, її активна інтеграція з туристичною індустрією. На сьогодні постійно збільшується частка туристів, які орієнтовані на індивідуально-спеціалізовані туристсько-рекреаційні послуги, сформовані згідно з новітніми тенденціями сучасного способу життя з відповідними пріоритетами. Успішність, самореалізація, здоровий та повноцінний спосіб життя стають одними із головних якостей сучасної людини, які сформували достатньо великий сегмент соціальної культури – wellness-культуру, що уособлює нову течію сучасної культурно-рекреаційної діяльності. Саме такий вектор розвитку обумовлює систему цінностей, ідей, концепцій, моделей поведінки та інших символічно значущих систем, які є чинниками, що формують wellness-культуру та відповідно їй, поведінку людини сучасного суспільства, а також продукти та послуги, що орієнтовані на задоволення потреб. Така ситуація в розвинених країнах світу вже призвела до появи та активного функціонування wellness-індустрії. При чому wellness-культура має тенденцію до активного розвитку, створюючи нові моделі цінностей та потреби.

Сучасний світовий досвід показує, що традиційна туристична діяльність перебуває у стадії трансформації згідно з новими запитами споживачів туристсько-рекреаційних послуг, що, своєю чергою, обумовлено глобальним поширенням нових соціокультурних процесів, зокрема «wellness-культури». Постійна реалізація важливих культурно-рекреаційних потреб населення сьогодні забезпечується wellness-індустрією, що активно інтегрується з туристичною індустрією, складаючи важливий сегмент культурно-рекреаційних послуг, що має стабільну тенденцію до зростання, особливо в розвинених країнах світу.

Зважаючи на кризову ситуацію у сфері традиційного туризму, саме сфера wellness-діяльності складе альтернативу туризму в нових умовах карантинних обмежень у зв'язку з поширенням у світі пандемії COVID-19. Карантинне середовище та зростаюча мотивація до здорового способу життя стане визначати основний вектор розвитку туристсько-рекреаційної діяльності в найближчі роки. Проблеми та перспективи розвитку туристсько-рекреаційної сфери в умовах пандемії COVID-19 будуть визначатись тим, наскільки гнучкою стане державна та економічна політика, наскільки швидко зорієнтуються або переорієнтуються профільні установи.

З метою підвищення якості життєвого рівня населення необхідне стабільне забезпечення функціонування wellness-індустрії, що, своєю чергою, потребує суттєвої трансформації вітчизняних туристсько-рекреаційних закладів, ефективною інтеграції туристичної та wellness-індустрії, ґрунтовних наукових досліджень. Останні тенденції розвитку рекреаційної сфери показали – заклади wellness-індустрії мають гарну можливість функціонувати та забезпечувати населення рекреаційними послугами в урбанізованих середовищах, тобто можуть стати альтернативою туристсько-рекреаційним подорожам. Отже, зростатиме попит на підготовлених фахівців, що на сьогодні складає важливий соціальний запит до системи підготовки кадрів.

Аналіз вивчення досліджуваного питання показав, що одним із перших, хто схарактеризував філософію «wellness», основні чинники розвитку його в суспільстві, представивши відповідну концепцію у своїй роботі «Wellness: історія та розвиток концепції» був Міллер Джеймс Вільям (англ. Miller James William “Wellness: The History and Development of a Concept”) (Miller, 2005).

Американець Джон Тревіс у своїй публікації «Wellness зошит для медичних працівників» (англ. John Travis “Wellness Workbook for Health Professionals”) окреслив загальне коло питань щодо концепції оздоровлення та створення відповідної системи закладів, які можуть забезпечити реалізацію нових рекреаційних запитів населення, що зі свого боку буде давати певні соціальні та економічні вигоди (Travis, 1977).

Найбільший внесок у вивчення всебічних питань щодо «wellness» зробили дослідники США та Великобританії. Зокрема, американцем П. З. Пілзером в період з 2002 по 2007 рік було розроблено та представлено успішну концепцію розвитку wellness-бізнесу. У своїх публікаціях він ідентифікує новий wellness-бізнес з інформацією про «Wellness революцію» (англ. Paul Zane Pilzer “The Wellness Revolution”) і активне просування її у сферу рекреації, що свідчить про початок інтеграції wellness-індустрії з відповідними сегментами туріндустрії (Pilzer, 2007).

Завоювавши США, стабільно закріпившись в розвинених країнах Європи wellness-індустрія, враховуючи національний досвід, впевнено розвивається в провідних країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону. На сьогодні оздоровчі програми продаються в усьому світі як панацея від профілактичної медицини та складають вагомий бізнес-сегмент. Підтвердженням цього є те, що майже у кожному курортному комплексі Китаю активно створюються та функціонують wellness-центри традиційних методик, а в урбаністичних середовищах сформовані сучасні wellness-комплекси, Фанг Янг (англ. Fang Yang) (Yang, 2009) зазначає, що wellness-індустрія – це новий стимул для розвитку прогресивної китайської економіки.

Попри наявність значного масиву досліджень і публікацій, присвячених різним аспектам розвитку wellness-діяльності, недостатньо вивченою залишається значна складова, яку можна уособити в понятті «wellness-освіта» та сукупність сучасного закордонного досвіду щодо її впливу на трансформацію культурно-рекреаційної сфери.

■ Мета статті

Метою статті є аналіз впливу суспільної wellness-культури на формування wellness-освіти в контексті інтеграції туристичної та wellness-індустрії, що обумовлює наступне коло завдань: проаналізувати основні дефініції та напрямки дослідження; обґрунтувати та ввести до наукового обігу поняття «wellness-освіта»; визначити основні напрямки розвитку «wellness-освіти»; схарактеризувати стан формування «wellness-освіти» в Україні.

■ Виклад матеріалу дослідження

Поняття «wellness» походить від англійського «be well», що дослівно означає «благополуччя». Сучасне поняття «wellness» – це концепція здорового способу життя, що заснований на поєднанні фізичного та ментального здоров'я, здорового харчування, розумних фізичних навантажень і відмови від шкідливих звичок (Wellness, 1971, p. 3738).

В сучасному суспільстві «wellness» – це філософія благополуччя людини в усіх сферах її буття: духовно-фізичній та успішній соціальній реалізації. Згідно з загально визнаним стереотипом той, хто живе з цією філософією – успішний, сповнений енергії, оптимістичний та бадьорий незалежно від віку.

В 1959 році американський лікар Хальберт Л. Данн (англ. Holbert Dunn) ввів у практику рекреаційної діяльності поняття «wellness» і першим сформулював основні принципи здорового способу життя. Вже в 1960-ті роки «wellness» набув великої популярності спочатку в професійних колах серед успішних та багатих людей, а потім і в широких колах американського суспільства завдяки численним публікаціям Х. Данна, Д. Тревіса, Д. Арделла та Г. Хеттлера.

Оскільки стреси в житті сучасної людини стали звичайним негативним явищем, що має постійну тенденцію до зростання, дослідники та фахівці рекреаційної сфери почали вивчення та розробку програм по психологічному відновленню. Стівен Ф. Майлер у своїй статті «Wellness і психологія» (англ. Stephen F. Myler “Wellness and Psychology”), що була опублікована у 2014 році розглянув концепцію здоров'я з точки зору психічного здоров'я, де психологічний стан є важливою складовою здоров'я не окремої особистості, але і цілої нації, тому wellness-діяльність має бути максимально комплексною, починаючи з формування суспільних пріоритетів та стереотипів поведінки, щоб запропонувати збалансований психологічний підхід до благополуччя та довгострокової стабільності (Myler, 2014).

Сучасна провідна wellness-концепція значну увагу приділяє формуванню корисних звичок, що потребує численних публікацій та заходів щодо формування здорового способу життя. Вище вказані чинники призвели до появи великого сегмента соціальної культури, а саме «wellness-культури», що своєю чергою має акумулюватися в окремому напрямку освіти – «wellness-освіті».

У сфері «wellness-культури», що охоплює всі соціальні рівні має бути і «wellness-освіта», яка на сьогодні має досить розмиті межі. Згідно з вище викладеним доцільно ввести в науковий обіг поняття «wellness-освіта».

Таким чином, wellness-освіта – це система теоретично обґрунтованих концепцій філософії «wellness», сукупність базових понять wellness-діяльності, а також набутий набір правил і норм цієї діяльності в межах соціуму.

Сучасна wellness-освіта має виконувати наступні суспільні функції:

- пізнавальну, що дає можливість фіксувати, передавати та досліджувати досягнення людства в цій сфері діяльності;
- інформативну (для трансляції нагромадженого соціального досвіду);
- регулятивну (щодо реалізації певних норм поведінки);
- аксіологічну, що полягає у формуванні в людини певних ціннісних орієнтирів, моральних установок та смаків;
- світоглядну, що синтезує в цілісну та завершену форму систему чинників ментально-духовного світу особи (пізнавальних, емоційно-чуттєвих, оціночних, вольових тощо);
- виховну, що є чинником саморозвитку людства.

Отже, wellness-освіта стає важливою та значущою суспільною потребою, базовою складовою сучасних культурно-рекреаційних концепцій розвитку відповідних галузей, зокрема туризму. Досвід вивчення організації та функціонування wellness-індустрії в провідних країнах світу дозволяє виокремити наступні спільні з туристичною індустрією основні структурні складові:

- заклади та зони рекреаційно-оздоровчого напрямку: спеціалізовані лікувально-профілактичні заклади, термальні комплекси, облаштовані природні рекреаційні зони, заклади та зони для фізкультури і спорту, зони для трекінгу, бювети мінеральних вод, wellness-комплекси, клуби та центри, SPA-комплекси, центри та зони;
- підприємства, що надають послуги по розміщенню: готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, санаторії, профілакторії, туристичні бази, будинки відпочинку, туристичні притулки та інші;
- підприємства харчування: ресторани, їдальні, кафе, бари, підприємства швидкого харчування;
- підприємства, що забезпечують транспортне обслуговування: автопідприємства, залізничні відомства, підприємства річкового та морського транспорту;
- туристичні підприємства по розробці та реалізації wellness-продукту: туристичні фірми по розробці wellness-продукту, туристичні фірми по реалізації wellness-продукту;
- підприємства сфери дозвілля: парки культури та відпочинку, клуби за інтересами, розважальні заклади.

Представлені вище заклади та підприємства надають населенню відповідні wellness-послуги, комплекс яких формує «wellness-продукт». Існують чіткі критерії для оцінки роботи закладів wellness-індустрії, де кваліфікація персоналу є однією з базових вимог успішного іміджу wellness-підприємства і має важливе значення для подальшої ефективності його роботи, надання якісних wellness-послуг та wellness-продукту. Таким чином, для якісної підготовки кадрів є необхідним вивчення основ теорії wellness-діяльності, як в загальному контексті, так і спеціалізованої підготовки в контексті пріоритетів сучасних туристсько-рекреаційних потреб населення і створення бази для опанування основними теоретичними знаннями, формами та методиками wellness-діяльності.

Оскільки дві третини закладів туристичної та wellness-індустрії є спільними, а їх діяльність взаємопов'язана, а подекуди й взаємозалежна, то вважається доцільним, щоб навчальні заклади, що готують фахівців туристичної галузі почали готувати спеціалістів для wellness-індустрії або окремим фахом, або ж спільним. Причиною цієї потреби є зростаючий обсяг закладів wellness-індустрії, розширення асортименту і кількості wellness-послуг.

Сьогодні для успішної та ефективної рекреаційної діяльності вважаються недостатніми епізодичні описові джерела практичного досвіду, необхідно формувати ґрунтовну теоретичну базу щодо: розкриття змісту wellness-діяльності, характеристики основних понять та визначень wellness-діяльності, сучасної структури wellness-індустрії, аналізу суспільних функцій туризму wellness-діяльності, класифікації wellness-продукту, характеристики сучасних методик та форм wellness-діяльності, аналізу взаємозв'язку туризму та wellness-діяльності, вивчення процесу організації та функціонування wellness-індустрії в сучасному світі, визначення національних особливостей та специфіки міжнародного wellness-бізнесу.

Якість рекреаційного процесу, що передбачає застосування інноваційних методик, використання сучасних технологій, вивчення традиційних і нетрадиційних методик відновлення життєвих сил людини залежить від якості підготовки фахівців. Отже, для формування сучасної, ефективної та перспективної wellness-індустрії в Україні вважається доцільним готувати спеціалістів на рівні сучасних вимог та світових стандартів.

Враховуючи тенденції світових процесів трансформації туристичної індустрії та досвід провідних країн вважається необхідним враховувати аналогічні процеси в Україні з метою оптимізації діяльності культурно-рекреаційної сфери. Вважається доцільним ввести наступні напрямки підготовки: туристсько-рекреаційна діяльність (фах «Менеджер wellness-діяльності»), культурно-рекреаційна діяльність (фах «Організатор wellness-діяльності»).

В той час, коли wellness-індустрія розвивається у світі та активно інтегрується з туристичною індустрією, в Україні вона ще перебуває в процесі становлення, хоча деякі її складові вже добре розвинені. Важливим в економічному та й соціальному контексті є те, що wellness-індустрія на відміну від туристичної може функціонувати протягом року, в тому числі в урбанізованих середовищах, незалежно від сезону та країни. Загалом, якщо говорити про wellness-туризм, то для нього характерна незначна залежність від сезонних та кризових явищ (Тооман, 2009).

Висновки

Згідно з викладеним, проаналізувавши основні дефініції введено до наукового обігу поняття «wellness-освіта» та визначено її основні суспільні функції. Визначено сукупність закордонного досвіду щодо впливу на трансформацію сучасної культурно-рекреаційної сфери. Wellness-освіта суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій сучасної людини про відпочинок, формує її рекреаційні потреби та, відповідно, забезпечує розвиток рекреаційної сфери загалом.

Стабільне функціонування туристичної та wellness-індустрії потребує суттєвої трансформації вітчизняних рекреаційних закладів, ефективною інтеграції туристичної та wellness-індустрії, ґрунтовних наукових досліджень, розширення та сегментації ринку туристсько-рекреаційної сфери залежно від традицій та економічного розвитку країни; прийняття відповідного кола державних програм щодо її розвитку; залучення інвестицій на модернізацію рекреаційних закладів; популяризацію wellness-діяльності з метою підвищення якості життєвого рівня населення.

Враховуючи тенденції світових процесів розвитку туристичної індустрії та досвід провідних країн, з метою оптимізації діяльності культурно-рекреаційної сфери в Україні, вважається доцільним забезпечити сучасними трудовими ресурсами та ввести наступні напрямки підготовки: туристсько-рекреаційна діяльність (фах «Менеджер wellness-діяльності»), культурно-рекреаційна діяльність (фах «Організатор wellness-діяльності»). Саме такий вектор розвитку обумовить ефективну модернізацію вітчизняної культурно-рекреаційної сфери, створить ресурсну базу для wellness-бізнесу та успішної трансформації туристсько-рекреаційної сфери України.

■ Список використаних джерел

- Устименко, Л. М., & Булгакова, Н. В. (2019а). Культурно-рекреаційні потреби в контексті туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 226–230.
- Устименко, Л. М., & Булгакова, Н. В. (2019b). Розвиток wellness-туризму та трансформація туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2(1), 49–59.
- Miller, J. W. (2005). Wellness: The History and Development of a Concept. *Spektrum Freizeit*, 27(1), 84–106.
- Myler, S. F. (2014). *Wellness and Psychology*. https://www.academia.edu/7577289/Wellness_and_Psychology.
- Pilzer, P. Z. (2007). *The New Wellness Revolution: How to Make a Fortune in the Next Trillion Dollar Industry* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Tooman, H. (2009). *Wellness – A New Perspective for Leisure and Tourism. Wellness Philosophy*. https://web.archive.org/web/20140106140728/http://pc.parnu.ee/~htooman/Teemade_esitused/3_%20The%20Wellness%20Concept.pdf
- Travis, J. (1977). *Wellness Workbook for Health Professionals*. Wellness Publications.
- Ustymenko, L. (2016). Weekend tourism as a cultural phenomenon. *Culture and Art in the Modern World*, 17, 11–16.
- Wellness. (1971). In J. A. H. Murray (Ed.), *The Compact Edition of the Oxford English Dictionary* (Vol. 2, p. 3738). Oxford University Press.
- Yang, F. (2009, October 26). China has the greatest opportunity to do wellness all over the world. *China View*.

■ References

- Miller, J. W. (2005). Wellness: The History and Development of a Concept. *Spektrum Freizeit*, 27(1), 84–106 [in English].

- Myler, S. F. (2014). *Wellness and Psychology*. https://www.academia.edu/7577289/Wellness_and_Psychology [in English].
- Pilzer, P. Z. (2007). *The New Wellness Revolution: How to Make a Fortune in the Next Trillion Dollar Industry* (2nd ed.). John Wiley & Sons [in English].
- Tooman, H. (2009). *Wellness – A New Perspective for Leisure and Tourism. Wellness Philosophy*. https://web.archive.org/web/20140106140728/http://pc.parnu.ee/~htooman/Teemade_esitlused/3_%20The%20Wellness%20Concept.pdf [in English].
- Travis, J. (1977). *Wellness Workbook for Health Professionals*. Wellness Publications [in English].
- Ustymenko, L. (2016). *Weekend tourism as a cultural phenomenon. Culture and Art in the Modern World, 17*, 11–16 [in English].
- Ustymenko, L. M., & Bulhakova, N. V. (2019b). Rozvytok wellness-turyzmu ta transformatsiia turystychnoi industrii Ukrainy [Development of wellness-tourism and its influence of tourist industry transformation of Ukraine]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism, 2*(1), 49–59 [in Ukrainian].
- Ustymenko, L. M., & Bulhakova, N. V. (2019a). Kulturno-rekreatsiini potreby v konteksti turyzmu [Cultural and recreational needs in the context of tourism]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald, 2*, 226–230 [in Ukrainian].
- Wellness. (1971). In J. A. H. Murray (Ed.), *The Compact Edition of the Oxford English Dictionary* (Vol. 2, p. 3738). Oxford University Press [in English].
- Yang, F. (2009, October 26). China has the greatest opportunity to do wellness all over the world. *China View* [in English].

TRAINING OF CULTURAL AND RECREATIONAL SPECIALISTS IN THE CONTEXT OF TOURIST AND WELLNESS INDUSTRY INTEGRATION

Lesia Ustymenko^{1a}, Nataliia Bulhakova^{2a}

¹PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Lecturer,
ORCID: 0000-0001-8910-0574, e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net,

^aKyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to analyse the influence of public wellness culture on the formation of wellness education in the context of integration of the tourist and wellness industry. The research methodology consists of a critical analysis of the main definitions of the cultural and tourism science sources for the study of wellness culture and wellness activities, an interdisciplinary synthesis of the main principles of wellness education in the context of the integration of the tourist and wellness industry, the methods of induction and deduction, as well as the content analysis. The scientific novelty of the article lies in the fact that the concept of

“wellness education” has been introduced into the scientific circulation, its social functions have been characterised and the main directions of the development of the cultural and recreational sphere in the context of integration of the tourist wellness industry in the modern world have been determined. Conclusions. The main social challenges regarding the need to introduce wellness education and the most significant ideological foundations of its formation have been studied. The expediency of the use of the foreign experience in integrating the tourist and wellness industry, searching for innovative forms of the organisation of tourist and recreational activities focused on the comprehensive development of the individual has been substantiated. The study shows that the stable functioning of the wellness industry and the development of wellness tourism require a significant transformation of domestic recreational institutions, effective integration of the tourist and wellness industry, thorough scientific research and training of modern specialists. The article proposes to introduce areas of training: tourist and recreational activities (speciality “Manager of wellness activities”), cultural and recreational activities (speciality “Organiser of wellness activities”) to optimise the development of the Ukrainian cultural and recreational sphere.

■ **Keywords:** wellness education; wellness culture; wellness activity; wellness industry; wellness business; public functions of wellness education; integration of tourist and wellness industry; professional training in the cultural and recreational sphere

■ ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ КУЛЬТУРНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ И WELLNESS-ИНДУСТРИИ

■ Устименко Леся Николаевна^{1а}, Булгакова Наталия Валерьевна^{2а}

■ ¹Кандидат педагогических наук, доцент,

ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Преподаватель,

ORCID: 0000-0001-8910-0574, e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net,

^аКиевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

■ Аннотация

Цель статьи – анализ влияния общественной wellness-культуры на формирование wellness-образования в контексте интеграции туристической и wellness-индустрии. Методологическую основу исследования составляют критический анализ основных дефиниций культурологических и туризоведческих источников по исследованию wellness-культуры и wellness-деятельности, междисциплинарный синтез основных принципов формирования wellness-образования в контексте интеграции туристической wellness-индустрии, методы индукции и дедукции, а также контент-анализ. Научная новизна. Введено в научный оборот понятие «wellness-образование», охарактеризованы его общественные функции и определены основные направления развития культурно-рекреационной сферы в контексте интеграции туристической wellness-

индустрии в современном мире. Выводы. Проанализированы основные социальные вызовы о необходимости введения wellness-образования и наиболее значимые мировоззренческие основы его формирования. Обоснована целесообразность использования зарубежного опыта интеграции туристической и «wellness-индустрии», поиска инновационных форм организации туристско-рекреационной деятельности, ориентированных на всестороннее развитие личности. Выяснено, что для стабильного функционирования wellness-индустрии и развития wellness-туризма необходима существенная трансформация отечественных рекреационных заведений, эффективная интеграция туристической и wellness-индустрии, основательные научные исследования и подготовка современных специалистов для wellness-индустрии. Предложено ввести направления подготовки: туристско-рекреационная деятельность (специальность «Менеджер wellness-деятельности»), культурно-рекреационная деятельность (специальность «Организатор wellness-деятельности») с целью оптимизации развития отечественной культурно-рекреационной сферы.

■ **Ключевые слова:** wellness-образование; wellness-культура; wellness-деятельность; wellness-индустрия; wellness-бизнес; общественные функции wellness-образования; интеграция туристической и wellness-индустрии; подготовка кадров культурно-рекреационной сферы

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221074
УДК 347.471.6:379.8-042.3-059.1

КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВИЙ ЦЕНТР ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАКЛАД ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ

Шмаюн Ольга Юріївна

Аспірантка,

ORCID: 0000-0002-1863-3581, e-mail: olinka.fedorenko@gmail.com,

Київський національний університет культури і мистецтва,

вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Шмаюн, О.Ю. (2020). Культурно-дозвіллевий центр як інноваційний заклад особистісного розвитку. *Питання культурології*, (36), 260-268. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221074>.

Анотація

Мета статті – виявлення особливостей діяльності культурно-дозвіллевих центрів як інноваційних закладів у системі глобалізованого суспільства. Структурами, які визначають динаміку розвитку суспільства та культурного простору в організації дозвілля є культурно-дозвіллеві центри. Від дозвіллевої діяльності залежить фізичний, соціальний, духовний розвиток особистості, тому актуальним вважаємо визначення та прогнозування культурних запитів населення, що, своєю чергою, підвищує темпи розвитку індустрії дозвілля. Методологія дослідження полягає в застосуванні емпіричних методів дослідження, з допомогою яких розкрито та проаналізовано дозвіллеву діяльність в українському соціумі. Наукова новизна. Вперше досліджено організацію культурно-дозвіллевих закладів для особистісного розвитку людини. Висновки. Дозвіллева діяльність стимулює розвиток творчої індивідуальності, створює умови для виявлення та задоволення свободи вибору дозвіллевих потреб та інтересів. Доведено, що для збереження культурної ідентичності варто розширити перелік послуг в культурно-дозвіллевій сфері, адже саме в ній найбільше проявляються народні звичаї, свята, фольклор, традиції, обряди. І якщо враховувати побажання відвідувачів, то можна досягти високого інтелектуального рівня, покращити психологічний, моральний, фізичний стан людини. Наголошено, що ефективне використання вільного часу сприяє формуванню всебічно розвинених, соціально активних та ініціативних особистостей, а також є способом зближення інтересів різних соціальних груп і народів. Вказано на методи та засоби, що допомагають залучити аудиторію у процес діяльності в умовах дозвілля (гра, театралізація, змагання, метод рівноправного духовного контакту, критика, імітація); на необхідність мотивації та різноманітності. Остання

залежить від морального та культурного рівня особи і може бути соціально корисною, нейтральною чи асоціальною.

■ **Ключові слова:** дозвілля; культурно-дозвіллевий центр; дозвіллева діяльність; молодь; особистісний розвиток

■ Вступ

В сучасному українському суспільстві модернізація культурної сфери розгортається на тлі глибоких політичних і соціально-економічних перетворень, адже дозвілля активно реагує на такі зміни і «є певною характеристикою її життєздатності, відображенням потенціалу суспільного розвитку» (Цимбалюк, 1997). Вільний час став тим простором, від якого залежить фізичний, соціальний, духовний розвиток особистості. Саме такими важливими структурами, чия діяльність визначається динамікою розвитку суспільства та культурного простору в організації дозвілля і які, у першу чергу, орієнтуються на молодь, є культурно-дозвіллеві центри. Вони, надаючи послуги розважального характеру, привносять зміни у розвиток та становлення сучасного громадянина як обізнаного та інтелектуально розвиненого представника соціуму.

Таким чином, дозвіллева діяльність сприймається як процес культуротворення, що має стимулювати розвиток творчої індивідуальності, передбачає різноманітність культурно-дозвіллевих та рекреаційних заходів, створює умови для виявлення та задоволення свободи вибору дозвіллевих потреб та інтересів. Найбільш популярними формами їх діяльності є танцювальні ігри, ток-шоу, музика, квест-кімнати тощо. Однак центри дозвілля не завжди відштовхуються від інтересів людей, оскільки керівників даних закладів більше цікавить прибуток від наданих послуг. Тож, на сьогодні, *актуальним* стає визначення культурних запитів, передбачення їх змін та миттєва реакція з пропозицією населенню нових видів занять. Саме тому, культурно-дозвіллеві центри повинні стати носіями цілісного культурно-дозвіллевого середовища і завдяки врахуванню та прогнозуванню потреб населення індустрія дозвілля здатна набрати надзвичайно високих темпів розвитку.

Науковому аналізу теорії та практики культурно-дозвільної діяльності присвячена велика кількість досліджень у вітчизняній та закордонній філософії, соціології, психології, педагогіці. Зокрема, соціально-філософські проблеми у сфері дозвілля молоді знайшли своє відображення в дослідженнях І. Белецької (2012). Соціологію дозвілля та соціально-педагогічні проблеми удосконалення культурно-дозвіллевої діяльності вивчала Н. Цимбалюк, яка наголошує, що дозвілля – це не лише сфера вільного часу, а й можливість вибору дозвіллевих послуг, що сприяє саморозвитку, самореалізації, самоосвіті, всебічному розвитку особистості, відпочинку від роботи, відновленню духовних та фізичних сил (Цимбалюк, 2001). Суттєву увагу культурно-дозвіллевим практикам не лише в Україні, а й за кордоном приділили І. Петрова (2005) та Ю. Стрельцов (2000). Значне місце серед досліджень сучасної дозвіллевої діяльності посідають розробки з педагогіки дозвілля. Зокрема, перспективам запровадження засад полікультурності в системі середньої та вищої освіти, умовам освоєння фольклору

у групових формах дозвільної діяльності, психолого-педагогічної діагностики присвячені доробки А. Воловик (1999), А. Жаркова (1989), В. Кірсанова (2002), Л. Шемет (1995) та ін. Зазначені дослідження мають важливе значення для удосконалення теорії та методики культурно-дозвільної діяльності.

Водночас проблеми збереження культурної ідентичності у діяльності культурно-дозвільних центрів залишаються недостатньо дослідженими у вітчизняній історіографії і потребують подальшого вивчення.

■ **Мета статті**

Метою статті є виявлення особливостей діяльності культурно-дозвільних центрів як інноваційних закладів у системі глобалізованого суспільства. Методологія дослідження полягає в застосуванні емпіричних методів, зокрема спостереження за розвитком культурно-дозвільної сфери в межах України, що дозволило розкрити та проаналізувати дозвільну діяльність в українському соціумі. Наукова новизна визначається дослідженням організації культурно-дозвільних закладів для особистісного розвитку людини. Розглянуто методи та засоби залучення аудиторії у процес діяльності в умовах дозвілля.

■ **Виклад матеріалу дослідження**

Одним із засобів зближення інтересів як різних соціальних груп, так і народів сучасного суспільства є дозвілля. Зважаючи на важливість дозвілля для розвитку особистості, провідні країни світу ще у ХХ столітті проголосили «цивілізацію дозвілля», та визначили пріоритети розвитку дозвільної сфери. Це означало розширення спектра закладів, які долучені до дозвільної сфери та поглиблення змісту дозвілля, що зумовлює його ефективність для процесу формування соціальної активності соціальних суб'єктів (Петрова, 2011). Тому, у переважній більшості країн Європи дозвільна діяльність почала розвиватися через асоціації добровільного характеру, що забезпечувало демократизм та певну автономію від офіційних владних структур. Дозвільні центри розглядаються як осередки розвитку особистості та соціальної культури, формування громадянської позиції, розкриття духовного потенціалу молоді, відображення та збереження національних традицій, культурної спадщини народу.

В Україні також спостерігаються зміни в культурно-дозвільній діяльності. Однак, вони мають суперечливий характер – з одного боку, відбувається різке скорочення культурно-дозвільної мережі (бібліотек, музеїв, клубів, будинків культури, центрів народної творчості), зміна інтенсивності культурно-дозвільних практик у бік пасивного споживацтва, з іншого – з'являються інноваційні центри дозвілля, нові форми та методи дозвільної діяльності, розвивається віртуальне дозвілля, яке стає більш актуальним серед молоді. Тож, виникає необхідність узагальнення інноваційних постановок щодо вільного часу, переосмислення його соціальної цінності з загальнолюдських позицій.

Вільний час може виражатись через поняття «дозвілля», «дозвільна діяльність», але жодним чином не з терміном «відпочинок». Оскільки, «відпочинок» – це той час, який ми присвячуємо відновленню сил, а поняття «дозвілля» означає час, коли ми вже відпочили і не зайняті роботою. Дозвілля є лише частиною

вільного часу суспільства, групи, яка його використовує, для збагачення та відновлення своїх сил після фізичних та психологічних затрат. Очевидно, що будь-який вид вільної діяльності несе в собі як функцію відновлення сил, так і функцію розвитку знань і здібностей людини. Залежно від того, яка з цих функцій стає домінуючою – розвиває людину або відновлює її сили (Стрельцов, 2000). Але вільний час кожна людина проводить по-різному. Вона на свій розсуд, самостійно вибирає дозвіллені заняття, розваги відповідно до своїх інтересів.

Так, за Л. Шемет (1995), вільний час надає людині демократичних свобод вибору активного чи пасивного дозвілленого заняття, а тому, час, витрачений на якісне, змістовне дозвілля не регламентується. Широкий вибір форм та видів дозвілленої діяльності дає можливість:

- виявляти творчий потенціал людини та пізнати для себе щось нове;
- розвивати комунікативні навички та культуру особистості;
- сприяти розвитку творчих здібностей, самостійності, ініціативності, організованості;
- впливати на духовний розвиток особистості та відновлення фізичних сил людини (рекреація);
- пізнавати, передавати та накопичувати досвід суспільства, його цінності (включає соціальні знання та норми поведінки).

Варто також наголосити, що нині у сфері дозвілля поняття «культура» та «дозвілля» певним чином мають подібність, хоча й не тотожність, як і поняття «культура» та «відпочинок». Розрізняють також культурні та некультурні варіанти дозвілля. Дозвіллена діяльність дає можливість сучасній людині розвивати багато сторін своєї особистості, навіть власний талант. Для цього необхідно підходити до дозвілля з позицій власного життєвого досвіду та покликання, всебічно розвиваючи особисті здібності (Воловик, А. Ф. & Воловик, А. В., с. 56).

Раніше серед найважливіших елементів організації дозвілля був клуб. Хоча офіційна модель культурних потреб середньостатистичного відвідувача клубу не відповідає реальності, все ж ці заклади відігравали свою позитивну культурницьку місію, особливо в сільській місцевості (Кравченко, 2004). На сучасному етапі у сфері дозвілля спостерігається тенденція до проведення вільного часу молоддю в культурно-дозвіллевих центрах. Основним завданням яких є максимальне втілення в життя розвиваючих програм на основі принципів простоти організації, масовості та активності. Тому, актуальними стають такі культурно-дозвіллені центри, де людина може себе відчути вільно та відпочити від буденної тривоги. Одним із ефективних шляхів розв'язання цього питання є організація роботи по формуванню дозвілленої культури через молодіжні центри як неординарний спосіб реалізації індивідуально творчої активності й становлення людини – суб'єкта соціальної життєдіяльності. Культурно-розважальні центри покликані розвивати та урізноманітнювати культурне життя кожного мешканця певної місцевості, сприяти залученню максимальної кількості відвідувачів, вдосконалювати культурно-дозвіллену сферу усього населення.

Культурно-дозвіллений центр як соціальний інститут має ряд завдань: розширення та формування соціальної активності особистості та розвитку її творчого потенціалу, збагачення новітніх форм дозвілля і відпочинку, створення

умов задля повної самореалізації у сфері дозвілля тощо. Розв'язання поставлених задач допоможе максимально забезпечити подолання проблем у сфері дозвілля.

Розглядаючи сферу організації діяльності культурно-дозвіллевих центрів на сучасному етапі В. Бочелюк (2006) передбачає створення таких осередків, де будь-яка особа могла б почуватися вільно та позбутися буденного психологічного навантаження. Саме тому, для організації дозвіллевої діяльності слід чітко враховувати *функції* (комунікативну, соціальну, ціннісно-орієнтаційну, творчу, виховну), *завдання* (збагачення та розвиток соціальної активності і творчого потенціалу особистості, організація новітніх форм дозвілля і відпочинку, створення умов задля повної самореалізації у сфері дозвілля, максимальне втілення в життя розвиваючих дозвіллевих програм) та *принципи* (простоти організації, масовості, активності). Дозвілля містить у собі значні потенційні можливості для самоосвіти та творчої реалізації, залучення до важливих соціокультурних процесів, рекреації та розваг – відновлення фізичних сил, творчого потенціалу, зняття напруги в результаті зміни діяльності; соціалізації та самоактуалізації, залучення до суспільних процесів, втілення індивідуальних інтересів, засвоєння соціальних норм та правил культури, внутрішньої та зовнішньої свободи (Олійник, 2017).

Однак, дозвілля неможливе без усвідомлення особою власних потреб. Сфера культурно-дозвіллевої діяльності об'єднує різні види життєдіяльності, адже людина не обмежена у виборі зовнішніми чинниками, навпаки, все залежить від самої особи, її бажань та уподобань. «При виборі будь-якого виду заняття, людина спирається на свої індивідуальні характеристики та очікування від певної діяльності» (Воловик, А. Ф. & Воловик, А. В., 1999, с. 121). Також, при виборі форми чи виду дозвілля людина має перед собою поставити мету та завдання. Це може бути: здобуття нових знань та навичок, вироблення норм практичної поведінки, засвоєння етнокультурних цінностей, освоєння нової сфери суспільної діяльності. Змістовне наповнення дозвілля відбиває сутність, взаємозв'язок й розподіл основних його складових: самоосвіти та аматорських занять.

Однак, з огляду на соціально-економічні труднощі суспільства, значну кількість безробітних, відсутність належної кількості культурних установ та недостатню увагу до організації дозвілля молоді з боку місцевих органів влади та культурно-дозвіллевих закладів, відбувається розвиток позаінституційних форм молодіжного дозвілля (Белецька, 2012). Тому сучасні умови розвитку суспільства потребують розширення функцій дозвілля: соціально-педагогічної, комунікативної, пізнавальної, ціннісно-орієнтаційної та рекреаційної, задля створення компетентісно правильно сформованого центру культурно-дозвіллевої діяльності.

Вважаємо, що соціально-педагогічна функція є вагомою, проявляється в особливостях інфраструктури дозвіллевої сфери, її змісті та рівні дозвіллевих уподобань соціальних суб'єктів (Кірсанов, 2002, с. 125). Вона розкриватиме культуротворчий та людинотворчий аспекти культурно-дозвіллевої сфери, оскільки під час її впровадження в життя, засвоюватимуться та вдосконалюватимуться соціальні цінності, зміцнюватиметься соціальне існування, відбувати-

меться спрямування соціальних суб'єктів на соціальну самоактивізацію, консолідацію, соціально-творчу діяльність.

Висновки

Процес інтеграції України у європейську й світову спільноти потребує всебічно розвинених, соціально активних та ініціативних особистостей, формування яких неможливе без ефективного використання ними свого вільного часу, що є також способом зближення інтересів різних соціальних груп і народів. Саме тому культурним центрам необхідно створювати такий вибір різновидів дозвілля, де можна не лише розважитися, але й збагачувати кругозір особистості. Тим більше, що дозвіллева діяльність залишається актуальною для усіх верств населення, оскільки приносить людині задоволення та відпочинок від повсякденних проблем.

Наголосимо, що існує багато методів та засобів, які допомагають залучити аудиторію у процес діяльності в умовах дозвілля, серед яких головними вважають: гру, театралізацію, змагання, метод рівноправного духовного контакту, критику, імітацію. Однак, для розвитку людині необхідно мати мотивацію та різноманітність. Остання залежить від морального та культурного рівня особи і може бути: соціально корисною, нейтральною чи асоціальною.

Доведено, що для збереження культурної ідентичності варто збільшувати послуги в культурно-дозвіллевій сфері, адже саме в ній найбільше проявляються народні звичаї, свята, фольклор, традиції, обряди. І якщо враховувати побажання відвідувачів, то можна досягти високого інтелектуального рівня, покращити психологічний, моральний, фізичний стан людини.

Список використаних джерел

- Олійник, Г. (2017). Теоретичні основи формування культурно-дозвіллевої діяльності студентської молоді. *Social Work and Education*, 3(2), 136–145.
- Белоконь, В. И. (2004). *Культурно-досуговая деятельность*. Мелитопольское училище культуры. <https://cutt.ly/BhW3war>.
- Белецька, І. В. (2012). Особливості молодіжного дозвілля на сучасному етапі. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*, 22(8), 220–229.
- Бочелюк, В. Й., & Бочелюк, В. В. (2006). *Дозвіллезнавство*. Центр навчальної літератури.
- Воловик, А. Ф., & Воловик, А. В. (1999). *Педагогіка дозвілля*. Харківська державна академія культури.
- Гриценко, О. (Ред.). (2011). *Багатокультурність і освіта. Перспективи запровадження засад полікультурності в системі середньої освіти України*. Український центр культурних досліджень.
- Жарков, А. Д., & Николаева, Т. Н. (1989). *Организация культпросвет работы*. Просвещение.
- Киселева, Т. Г., & Красильников, Ю. Д. (2005). *Основы социально-культурной деятельности*. Профиздат.
- Кірсанов, В. В. (2002). *Психолого-педагогічна діагностика*. Альтерпрес.
- Кравченко, О. В. (2004). *Креативний потенціал рекреаційної діяльності*. Все о туризме. http://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko17.htm.

- Петрова, І. В. (2005). *Дозвілля в зарубіжних країнах*. Кондор.
- Петрова, І. В. (2011). Культурно-дозвіллеві практики населення сучасної України: тенденції та пріоритети. *Культура і сучасність*, 1, 108–112.
- Стрельцов, Ю. А. (2000). Свободное время. *Клуб*, 1, 29–35.
- Цимбалюк, Н. М. (2001). *Соціологія дозвілля*. Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Цимбалюк, Н. М. (1997). *Соціально-педагогічні проблеми удосконалення культурно-дозвіллевої діяльності в закладах культури України: теорія, методологія, практика*. Київський державний інститут культури.
- Шемет, Л. В. (1995). *Педагогічні умови освоєння фольклору дітьми у групових формах дозвільної діяльності* [Автореферат кандидата педагогічних наук, Київський державний інститут культури].

References

- Belokon', V. I. (2004). *Kul'turno-dosugovaya deyatel'nost'* [Cultural and leisure activities]. Melitopol'skoe uchilishche kul'tury. <https://cutt.ly/BhW3war> [in Ukrainian].
- Bieletska, I. V. (2012). Osoblyvosti molodizhnogo dozvillia na suchasnomu etapi [Features of youth leisure at the present stage]. *Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University. Pedagogical Sciences*, 22(8), 220–229 [in Ukrainian].
- Bocheliuk, V. Y., & Bocheliuk, V. V. (2006). *Dozvillieznavstvo* [Leisure studies]. Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Hrytsenko, O. (Ed.). (2011). *Bahatokulturnist i osvita. Perspektyvy zaprovadzhennia zasad polikulturnosti v systemi serednoi osvity Ukrainy* [Multiculturalism and education. Prospects for the introduction of the principles of multiculturalism in the system of secondary education in Ukraine]. Ukrainian Center for Cultural Research [in Ukrainian].
- Kirsanov, V. V. (2002). *Psykhologo-pedahohichna diahnozyka* [Psychological and pedagogical diagnosis]. Alterpres [in Ukrainian].
- Kiseleva, T. G., & Krasil'nikov, Yu. D. (2005). *Osnovy sotsial'no-kul'turnoi deyatel'nosti* [Fundamentals of social and cultural activities]. Profizdat [in Russian].
- Kravchenko, O. V. (2004). *Kreatyvnyi potentsial rekreatyvnoi diialnosti* [Fundamentals of social and cultural activities]. Vse o turyzme. http://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko17.htm [in Ukrainian].
- Oliinyk, H. (2017). Teoretychni osnovy formuvannia kulturno-dozvillievoi diialnosti studentskoj molodi [Theoretical principles of the formation of cultural and recreational activity of students]. *Social Work and Education*, 3(2), 136–145 [in Ukrainian].
- Petrova, I. V. (2005). *Dozvillia v zarubizhnykh krainakh* [Leisure in foreign countries]. Kondor [in Ukrainian].
- Petrova, I. V. (2011). Kulturno-dozvillievi praktyky naseleння suchasnoi Ukrainy: tendentsii ta priorytety [Cultural and leisure practices of the population of modern Ukraine: trends and priorities]. *Culture and Contemporaneity*, 1, 108–112 [in Ukrainian].
- Shemet, L. V. (1995). *Pedahohichni umovy osvoiennia folkloru ditmy u hrupovykh formakh dozvilnoi diialnosti* [Pedagogical conditions for the development of folklore by children in group forms of leisure activities] [Abstract of PhD Dissertation, Kyivskyi derzhavnyi instytut kultury] [in Ukrainian].
- Streltsov, Yu. A. (2000). Svobodnoe vremya [Free time]. *Klub*, 1, 29–35 [in Russian].

Tsybaliuk, N. M. (1997). *Sotsialno-pedahohichni problemy udoskonalennia kulturno-dozvillievoi diialnosti v zakladakh kultury Ukrainy: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Socio-pedagogical problems of improving cultural and leisure activities in cultural institutions of Ukraine: theory, methodology, practice]. Kyivskiy derzhavnyi instytut kultury [in Ukrainian].

Tsybaliuk, N. M. (2001). *Sotsiologhiia dozvillia* [Sociology of leisure]. Derzhavna akademiia kerivnykh kadrov kultury i mystetstv [in Ukrainian].

Volovyk, A. F., & Volovyk, A. V. (1999). *Pedahohika dozvillia* [Pedagogy of leisure]. Kharkiv State Academy of Culture [in Ukrainian].

Zharkov, A. D., & Nikolaeva, T. N. (1989). *Organizatsiya kul'tprosvet raboty* [Organization of cultural work]. Prosveshchenie [in Russian].

CULTURAL AND LEISURE CENTRE AS INNOVATIVE INSTITUTION OF PERSONAL DEVELOPMENT

Olha Shmaiu

PhD student,

ORCID: 0000-0002-1863-3581, e-mail: olinka.fedorenko@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to identify the peculiarities of the activities of cultural and leisure centres as innovative institutions in the system of a globalised society. The structures that determine the dynamics of social and cultural space advancement in the organisation of leisure are cultural and leisure centres. The physical, social, and intellectual growth and development of the individual depend on leisure activities, so we consider it relevant to determine and predict the cultural needs of the public, which, in turn, raises the rates of the leisure industry development. The research methodology applies empirical research methods, with the help of which we have described and analysed leisure activities within Ukrainian society. Scientific novelty. For the first time, there is a study of the organisation of cultural and leisure institutions for personal development. Conclusions. Leisure activities stimulate the growth of creative manner; lay the groundwork for identifying and satisfying the freedom to choose leisure needs and interests. It is proved that to preserve cultural identity, it is necessary to expand the list of services in the cultural and leisure field because it provides folk customs, holidays, folklore, traditions, and rituals above all things. And if you take into account the wishes of visitors, you can achieve a high intellectual level; improve the psychological, moral fibre, and physical condition of a person. It is noted that the effective use of leisure time promotes all-round, community-minded and proactive individuals, and is also a way to bring the interests of various social groups and peoples together. The article indicates the methods and means that help to involve the audience in the process of activity in leisure conditions (game, theatre, competitions, the method of equal spiritual contact, criticism, imitation); the need for motivation and diversity. The latter depends on the

ethic level and cultural intelligence of the person, and can have social value, be neutral or antisocial.

■ **Keywords:** leisure; cultural and leisure centre; leisure activities; youth; personal development

■ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР КАК ИННОВАЦИОННОЕ ЗАВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ

■ Шмаюн Ольга Юрьевна

■ *Аспирантка,*

ORCID: 0000-0002-1863-3581, e-mail: olinka.fedorenko@gmail.com,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

■ Аннотация

Цель статьи – выявление особенностей деятельности культурно-досуговых центров как инновационных учреждений в системе глобализирующегося общества. Структурами, которые определяют динамику развития общества и культурного пространства в организации досуга являются культурно-досуговые центры. От досуговой деятельности зависит физическое, социальное и духовное развитие личности, поэтому актуальным считаем определение и прогнозирование культурных запросов населения, что, в свою очередь, повышает темпы развития индустрии досуга. Методология исследования заключается в применении эмпирических методов исследования, что позволило раскрыть и проанализировать досуговую деятельность в украинском социуме. Научная новизна. Впервые исследована организация культурно-досуговых учреждений для личностного развития человека. Выводы. Досуговая деятельность стимулирует развитие творческой индивидуальности, создает условия для выявления и удовлетворения свободы выбора досуговых потребностей и интересов. Доказано, что для сохранения культурной идентичности следует расширить перечень услуг в культурно-досуговой сфере, ведь именно в ней больше всего проявляются народные обычаи, праздники, фольклор, традиции, обряды. И если учитывать пожелания посетителей, то можно достичь высокого интеллектуального уровня, улучшить психологическое, моральное и физическое состояние человека. Отмечено, что эффективное использование свободного времени способствует формированию всесторонне развитых, социально активных и инициативных личностей, а также является способом сближения интересов различных социальных групп и народов. Указано на методы и приемы, помогающие привлечь аудиторию в процесс деятельности в условиях досуга (игра, театрализация, соревнования, метод равноправного духовного контакта, критика, имитация); на необходимость мотивации и разнообразия. Последнее зависит от нравственного и культурного уровня личности и может быть социально полезным, нейтральным или асоциальным.

■ **Ключевые слова:** досуг; культурно-досуговой центр; досуговая деятельность; молодежь; личностное развитие

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221075
УДК 005.332.7:659.1]:17.022.1

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ПРОСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ОБРАЗУ

Червінська Леся Іванівна

Кандидат мистецтвознавства, доцент,
ORCID: 0000-0002-0930-898X, e-mail: chervinskalesia@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Червінська, Л.І. (2020). Формування бренду івент-заходів як технологія просування вітчизняного образу. *Питання культурології*, (36), 269-279. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221075>.

Анотація

Мета статті – з'ясувати особливості формування бренду івент-заходів, що надасть можливість отримати вагомі конкурентні переваги та залучити необхідний інструментарій для подальшого розвитку, що актуально для України, зважаючи на її привабливість у сфері інвестицій. Методологія дослідження базується на використанні принципів історизму, аналізу, об'єктивності та системності. Наукова новизна полягає у комплексному висвітленні особливостей утворення професійних брендів івент-заходів регіонів для формування державного іміджу у контексті співпраці стейкхолдерів. Висновки. Наголошено, що створення ефективного національного бренду надає можливість державі результативно конкурувати на міжнародному ринку та створити власний імідж на ринках експорту. Формування бренду івент-заходів – саме та технологія, за сприяння якої країна при мінімальних витратах одержує максимальний ефект в просуванні вітчизняного бренду на глобальному рівні. Доведено, що найважливішим інструментом реалізації стратегії розвитку певного регіону є бренд території на основі ідентичності, культури та репутації, а однією з найбільш ефективних технологій формування вітчизняного бренду є івент-заходи для певних територій. Вважаємо, що для формування бренду івент-заходів необхідно орієнтуватися на туризм, торгові марки експорту, зовнішню та внутрішню політику, інвестування та міграційні закони, культуру і традиції. З'ясовано, що бренди не можуть створюватися зусиллями тільки влади. Важливим є залучення громадян, адже вони сприятимуть піднесенню іміджу країни, збільшенню попиту на експортну продукцію та залученню додаткових інвесторів. Виявлено, що сучасні культурні інституції в Україні та країнах Європейського Союзу функціонують як індустрії, що, зокрема, продукують культурні продукти у вигляді івент-проектів. Основними напрямками формування бренду івент-заходів для України можуть стати мистецтво, культурні пам'ятки, архітектурні споруди, музичні та спортивні заходи, бізнес-івенти, фестивалі та ін.

Ключові слова: бренд; брендинг; захід; подія; івент; івент-захід; формування бренду; бренд івент-заходів

Вступ

Сучасні політичні та економічні процеси призводять до зростання конкуренції між державами та окремими регіонами за збільшення власного економічного потенціалу шляхом підвищення інвестиційної привабливості територій. Зважаючи на це, найбільш перспективним заходом зростання конкурентоздатності є створення бренду регіонів. Адаптація забезпечення можливостей для коректного територіального менеджменту та раціонально розроблений бренд надасть можливості регіону отримати вагомі конкурентні переваги та залучити необхідний інструментарій для подальшого розвитку. Особливо актуальним територіальний бренд-менеджмент є для України, зважаючи на її привабливість у сфері інвестицій з боку світової спільноти. Тож, країна може використати цю можливість проводячи подальші реформи децентралізації та формуючи цікаві територіальні бренди для вирішення економічних завдань, збільшення довіри суспільства та іноземних інвесторів.

Дослідженню формування бренду присвячена значна увага серед вітчизняних та закордонних науковців. Зокрема, О. Вартанова та І. Король (2019), вивчаючи створення бренду як сучасної маркетингової технології, вважають, що бренд – це система складових, що належать практично до всіх аспектів діяльності підприємства. Процес формування іміджу компанії спеціальними засобами маркетингових комунікацій та за умови використання єдиної (інтегрованої) стратегії розвитку бренду, застосування ньюсджекінгу, тобто інтегрованого інструменту контент-маркетингу для перспективи розвитку в майбутньому досліджували Л. Мельничук (2016), Л. Гузевська та С. Петропавловська (2019). Вони наголошують на системності інформаційного супроводу бренду в соціальних мережах та взаємодії зі структурними елементами фінансового, кадрового, матеріального потенціалу.

Окремо виділимо дослідження особливостей сучасних Event-технологій. Так, М. Поплавський (2017) наголошує, що Event-менеджмент є найбільш динамічним інструментом роботи PR-агентств на комунікаційному ринку, організація та проведення заходів яких досягає європейського рівня. Однак «національні особливості Event-менеджменту визначаються спонтанністю та відсутністю пунктуальності, обов'язковості та чіткого виконання завдань більшістю працівників підприємств» (с. 195), а також значною ємністю ринку.

Складові формування попиту на культурні івенти в Україні та формування іміджу держави шляхом використання івент-технологій, які, досягаючи високого естетичного рівня, підтримують почуття єднання, патріотизму та оптимізму у громадськості досліджували І. Пархоменко (2019), М. Пашкевич (2018) та ін. Але непрофесійні дії політиків, залучених у івенти державного рівня, можуть порушити його «надзавдання» і сприяти заниженню іміджу держави.

Однак, на наш погляд, залишається низка питань формування бренду івент-заходів для регіонів України у сфері мистецтва, пам'яток культури, музичних і спортивних заходів, фестивалів, бізнес-івентів та ін.

Мета статті

З'ясувати особливості формування бренду івент-заходів для регіонів України. Методологія дослідження базується на використанні принципів істо-

ризму, аналізу, об'єктивності та системності, що дає змогу дослідити формування бренду івент-заходів які сприятимуть підвищення іміджу країни. Наукова новизна розвідки полягає у комплексному висвітленні особливостей утворення професійних брендів івент-заходів регіонів для формування державного іміджу у контексті співпраці стейкхолдерів.

■ Виклад матеріалу дослідження

В сучасному світі, що зазнав впливу процесів глобалізації, конкуренція поміж національними державами усе частіше перетворюється на боротьбу за споживача між потужними компаніями. За таких обставин все більшої ваги набуває власний винятковий образ країни, що має не лише асоціюватися з державою, а й розкривати її з позитивної сторони. Щоб продавати власний продукт (залучати інвестиції, приваблювати туристів, представників бізнесу тощо), українському суспільству варто сконцентрувати увагу на розумінні сутності бренду, оскільки наявність вдалого бренду зміцнює місце держави не лише у міжнародному середовищі, а й має сприятливий вплив на соціальну та економічну стабільність всередині країни. Саме створення вітчизняного бренду мотивує пошуки національних ідей, без існування яких жодна держава не може розвиватися успішно. Останніми роками Україна здійснює перші кроки на шляху до напрацювання власного національного бренду.

Брендинг є процесом формування та розвитку бренду, головним методом диференціації продукції, інструментом просування товарів на ринок та формування тривалого взаємозв'язку зі споживачами на базі актуальних для споживачів цінностей, які містяться в основі бренду. Тобто, брендинг є комплексом послідовних заходів, які спрямовані на формування єдиного та зажаданого споживачем іміджу продукції чи послуги.

Деякі вчені вважають, що бренди формують задля того, щоб розширити розрив між собівартістю товарів та послуг та їх вартістю на ринку, іншими словами, завдяки бренду можна продавати послуги та товари за вищими цінами. Проте приступати до розгляду суті бренду регіону варто комплексно, орієнтуючись на маркетинг, психологію, економіку та інші науки. Ціль брендингу – формування конкретного образу бренду та створення конкретних напрямків комунікації. Брендінг включає заходи з дослідження ринку, позиціонування продукції, формування назви, дескриптора, лозунгів, системи візуального та вербального ідентифікування, застосування ідентифікаційних та комунікаційних носіїв, які віддзеркалюють і демонструють ідею бренду.

Поняття «бренд» – давнє та спочатку застосовувалося в значенні «клеймо», зокрема під час клеймування худоби. Іншими словами, поняття «бренд» можна було зіставити з поняттям торгової марки в наш час. Водночас на цей час немає єдиного визначення поняття та суті бренду. До того ж наявні труднощі з перекладом сутності бренду англійськими авторами.

За визначенням Американської асоціації маркетингу (www.ama.org/resources/Pages) «бренд – це назва, слово, знак, символ, дизайн чи їх комбінація», призначенням його є ідентифікація товарів і послуг чи конкретного виробника, чи групи виробників, а також зазначення відмінності товарів та

послуг виробника (або групи виробників) від схожих продуктів (послуг) конкурентів.

Близьке визначення бренду дає професор зі США Д. Аакер (2002), застосовуючи його щодо формування бренду організацій і зазначаючи, що брендом може бути особлива назва, логотип, або, наприклад, торгова марка чи дизайн пакування. Схожість визначення поняття бренд у Д. Аакера із визначенням Американської асоціації маркетингу полягає в баченні головного призначення бренду: ідентифікація товарів або послуг виробника та диференціація їх серед подібних продуктів інших виробників. Таким чином бренд підтверджує інформацію про джерело продукту, захищаючи споживача, з одного боку, і виробника, з іншого, від конкурентів, які пропонують ідентичні зовні продукти. Відомий фахівець з маркетингу та бізнес-стратегій Пітер Дойль (2001) вважає, що поняття бренду об'єднує невловиму кількість властивостей товару. Це і його назва, і історія та спосіб просування, і пакування, і ціна. Крім того, доповнює поняття бренду, характеризуючи його поєднанням вражень, які бренд надає споживачам з результатом його використання. Таким чином, за П. Дойлем бренд характеризується низкою матеріальних і нематеріальних ознак, які ідентифікують товар виробника для споживача.

Саймон Анхольт (Anholt, 2011), незалежний політичний радник з питань побудови національного бренд-іміджу держави (Великобританія), пропонує розглядати бренд у трьох різних аспектах. По-перше, як свідчення ідентичності продукту (зовнішній вигляд, логотип, пакування та ін.). По-друге, як культуру організації, що стоїть за брендом. По-третє – як репутацію продукту чи виробника, що складається у свідомості користувачів. Таким чином, для формування бренду необхідно зважати як на матеріальні, так і на нематеріальні аспекти.

Вітчизняні дослідники брендингу О. Вартанова та І. Король (2019) звертають увагу на бренд як нематеріальний актив, «цінність якого полягає в розпізнаванні його споживачами та формуванні позитивних асоціацій, пов'язаних з ним» (с. 36).

Л. Мельничук (2016) наголошує на багатоаспектності поняття «бренд», зазначаючи, що в ньому поєднується відображення споживчих властивостей товару і сукупність відносин: ««товар – споживач», «торговельна марка – споживач», «бренд – споживач», «бренд – бренд»» (с. 97). Залежно від символічного змісту бренду Л. Мельничук розглядає три види відносин зі споживачем: емоційні, які формуються на базі почуттів споживача, викликаних брендом (чи позитивних, чи негативних); поведінкові – дії споживача, викликані мотивуванням бренду, тобто намір придбати товар; раціональні – відносини, що формуються на основі знання, поінформованості споживача про бренд.

Що стосується територіального бренду, то О. Антіпіна (Антипина, 2009) визначає його як комплекс асоціацій, образів регіону, очікувань, які існують у свідомості різних груп споживачів (як реальних, так і потенційних). Комплекс цей являє собою раціональну або емоційну цінність, яка формується в процесі взаємин між брендом і споживачем.

С. Кліманов (2009) розглядає бренд території як платформу «для конструктивного діалогу і взаємодії на основі діалогу між представниками адміністрації

та ділових кіл з різними цільовими групами: інвесторами, міжрегіональними та експортними ринками, населенням, туристами» (с. 54). Тобто бренд території може бути найважливішим інструментом у реалізації стратегії регіонального розвитку, оскільки уможливорює залучення основних цільових груп до процесу впровадження цільових програм.

Ґрунтуючись на вищенаведених підходах до тлумачення поняття «бренд», під брендом івент-заходів для країни загалом або окремої території пропонуємо розуміти платформу для конструктивної взаємодії учасників процесу формування та споживання івентивного портфелю, що включає комплекс територіальних заходів, продуктів та послуг, що характеризуються унікальними ознаками та мають високу репутацію, ідентифікаційну здатність та набір якісних відмінностей від конкурентів у даній галузі, який сформовано з метою передачі цільовій аудиторії комплексу функціональних, емоційно-символічних цінностей та отримання позитивного ефекту. Погоджуємося з М. Поплавським (2017) у тому, що «ефективний Event-менеджмент – це новий для України напрямок, це перспективна та могутня зброя для просування цінностей бренду на ринку» (с. 188). Цю ж думку продовжує й І. Пархоменко (2019), яка зазначає, що «сучасні культурні інституції в Україні і країнах Європейського Союзу функціонують як індустрії, що, зокрема, продукують культурні продукти у вигляді івент-проектів. В умовах реформування галузі культури в Україні, зміни пріоритетів й алгоритму фінансування потрібно зосередити увагу на вивченні складових формування сталого попиту на культурні івенти» (с. 136). До того ж як зазначає М. Пашкевич (2018), «вітчизняні державні івенти є впливовими інструментами соціального виховання засобами публічної комунікації, які відігравали та відіграють потужну роль в історії України, допомагають адаптуватись у відповідному середовищі» (с. 178).

Проаналізувавши поняття, значення, мету бренду, звернемо увагу на його основні функції, які охоплюють весь спектр взаємин: товар – споживач, торговельна марка – споживач, бренд – споживач, бренд – бренд.

Інформаційна – надає відомості про властивості та характеристики товару споживачеві. Ідентифікаційна функція надає впевненості у відповідності товару уявленням споживача про його якість і полегшує прийняття рішення щодо купівлі. Асоціативна – проявляється в асоціаціях, образах, які, можливо, пов'язані з характеристиками товару, а можливо суто емоційні, мають абстрактний характер. Забезпечувальна функція дає можливість економії часу споживачеві. Символічна – сприяє самовираженню споживача товару через належність до певної соціальної групи. Комерційна функція передбачає створення брендом споживчого попиту та його підтримку через лояльність, мотивування на повторні купівлі. Охоронна – дає можливість виробнику захистити свій продукт від підробок за допомогою бренду та забезпечити собі конкурентну перевагу на ринку. Культуроформувальна функція сприяє розвитку корпоративної культури. Комунікаційна регулює взаємовигідні відносини міжсистемного рівня та допомагає через бренд розвивати зв'язок зі споживачем, впливаючи на формування його звичок, способу життя (Ярмак, 2018).

Сьогодні все вагомішим для розвитку держави стає позиціонування держави на світовій арені – створення бренду країни. Погоджуємося з Л. Гузевською

та С. Петропавловською (2019) в тому, що «Мистецтво творення позитивного іміджу країни завдяки підкресленню її переваг, розкриттю різних аспектів ідентичності, а також креативній, продуманій роботі, спрямованій на нівелювання негативних асоціацій, об'єктивних чи суб'єктивних, їх перепрограмування, є відносно новим інструментарієм в арсеналі засобів реалізації української внутрішньої та зовнішньої політики» (с. 129). Ефективний брендинг України та її регіонів може фокусуватися на багатих природних ресурсах країни на давніх традиціях певних виробництв. Наприклад, на виробництві молочної продукції, основу якої складають натуральність, висока якість, широкий асортимент, унікальна рецептура. Крім того, напрямками формування бренду івент-заходів для України та її регіонів можуть стати мистецтво, культурні пам'ятки, архітектурні споруди, музичні та спортивні заходи, бізнес-івенти, фестивалі та ін. У порівнянні з іншими завданнями аналогічного порядку для формування бренду івент-заходів враховувати типові особливості. Однією з них є те, що очікуваним результатом є сам захід, відбуватися він має точно в заплановані терміни. По-друге, очікуваний результат характеризується унікальністю та неповторністю в залежності від територіальних та культурних особливостей. По-третє, очікуваний результат не підлягає накопиченню або збереженню та повністю знецінюється за відсутності зворотного відгуку цільової аудиторії. Четвертою особливістю є те, що очікуваний результат є менш масштабним у порівнянні з підготовкою та витратами, здійсненими у її процесі.

Ми вважаємо доцільним визначити такі виміри формування бренду івент-заходів на окремій території:

- функціональний вимір – аналіз даних щодо того, чи вигідна територія для туризму, існування або утворення бізнесу, наприклад: якісні дороги, належний рівень заробітної плати в даному регіоні, низькі податки, цікаві туристичні пам'ятки тощо;
- соціальний вимір – ідентифікування себе з громадянами, які мешкають у даному регіоні;
- духовний вимір – усвідомлення та прийняття культурних традицій, що існують в даному регіоні;
- ментальний вимір – задоволення від перебування в даному регіоні.

Зрозумівши сутність зазначених вимірів, можна сформувати необхідний бренд івент-заходів для держави або окремого регіону. Для формування бренду івент-заходів на певній території рекомендуємо орієнтуватися на шість головних напрямків.

Першим зазначимо розвиток туристичної галузі – важливий чинник для підвищення іміджу країни серед іноземних громадян. У зв'язку з цим території повинні формувати привабливі умови їх відвідування для нерезидентів. Другим напрямом є формування бренду місця завдяки експортним торговим маркам – цікавий підхід до брендингу територій. Використовуючи позначку «Made in...» на товарах, виготовлених на певних територіях, регіони утворюють власний імідж на ринках експорту. У випадку контролювання якості продукції під маркуванням держав або територій, регіони можуть не тільки збільшити попит на експортну продукцію серед покупців, а й залучити додаткових інвесторів у зазначений ре-

гіон. Третій напрям формування бренду івент-заходів на певній території є зовнішня та внутрішня політика. Політичні рішення та соціально-культурні новини повідомляються у світових засобах масової інформації та створюють імідж країни в розумінні світової спільноти. Четвертий – інвестування та міграційні закони. Під цим аспектом варто розуміти використання продуктивних методів залучення іноземних інвесторів, фахівців та організацій. П'ятий напрям – культура та традиції. Держава або окремі території повинні активно пропагувати власну культурну спадщину. Шостий напрям формування бренду івент-заходів території – народ. У процесі розвитку бренду регіону особливого значення має залучення громадян, котрі мешкають у державі або регіоні – це може стати підґрунтям здійснення івент-заходу.

Зазначена схема – один з класичних та найбільш вдалих підходів до створення брендів івент-заходів для великих регіонів. Загалом формування потужного бренду івент-заходів певного регіону потребує реалізації низки кроків. Передусім потрібно визначити конкретну позицію та образ бренду. Далі позиціювати бренд, базуючись на цінностях та національних особливостях мешканців. Важливо сформулювати чітку стратегію розвитку регіону, врахувавши його потенціал. Обов'язково здійснювати продуктивну комунікацію з внутрішніми суб'єктами впливу на розвиток держави або окремого регіону. Ще один ефективний крок – інтегрувати різноманітні методи маркетингових комунікацій.

Таким чином, переваг формування бренду івент-заходів існує багато. Однак здійснення відповідних заходів має зв'язок з деякими ризиками, зокрема: через недостатню підготовку працівників, локацій для проведення заходів, структури виступів, технічного обладнання; з підрядними роботами, роздатковими матеріалами; із залученими учасниками та представниками ЗМІ. Варто зазначити, що для більш ефективного формування бренду івент-заходів для країни або окремої території потрібно розповсюджувати інформацію і про культуру держави. Оскільки саме культура робить кожну країну особливою та неповторною, надаючи товарам з даної держави унікальних особливостей, які пов'язані саме з місцем їх походження. Інакше кажучи, під час згадки країни в уяві споживача утворюватиметься певний асоціативний ряд. Утворенню позитивного іміджу України в рамках подієвого підходу при просуванні національного бренду можуть сприяти міжнародні музичні фестивалі (ГогольFest, Джаз Коктебель, Країна мрій та ін.), міжнародні кінофестивалі (Одеський міжнародний кінофестиваль, Київський міжнародний кінофестиваль, Київський міжнародний фестиваль «Молодість»), міжнародні кулінарні конкурси тощо (Титова, 2014, с. 67).

Даний напрям в нашій державі уже розвивається, необхідно лише надати вже наявним тенденціям глобального значення: запрошувати більше іноземних представників на заходи, ширше висвітлювати зазначені заходи в пресі та ін. Кристалізується розуміння того, що на сьогодні жодна країна не може результативно конкурувати на ринку міжнародного рівня без раціонально створеного національного бренду. Формування бренду івент-заходів – саме та технологія, за сприяння котрої країна при мінімальних витратах одержує максимальний ефект в просуванні вітчизняного бренду на глобальному рівні.

Висновки

Таким чином, сьогоденні реалії вимагають створення ефективного національного бренду, оскільки він дає можливість державі результативно конкурувати на міжнародному ринку та створити власний імідж на ринках експорту. Продемонстровано, що найважливішим інструментом реалізації стратегії розвитку певного регіону, що дозволяє забезпечити залучення основних аудиторій у процес впровадження цільових програм є бренд території на основі ідентичності, культури та репутації.

Доведено, що однією із найбільш ефективних технологій формування вітчизняного бренду є івент-заходи для певних територій, як важливий інструмент зростання конкурентоздатності країни загалом та її регіонів зокрема, що в результаті активізує їх соціальну і економічну сферу. Сучасні культурні інституції в Україні і країнах Європейського Союзу функціонують як індустрії, що продукують культурні продукти у вигляді івент-проектів.

Вважаємо, що для формування бренду івент-заходів необхідно орієнтуватися на туризм, торгові марки експорту, зовнішню та внутрішню політику, інвестування та міграційні закони, культуру та традиції, залучення громадян. Адже вони сприятимуть підвищенню іміджу країни серед іноземних громадян та світової спільноти, збільшенню попиту на експортну продукцію та залученню додаткових інвесторів. Важливими напрямками формування бренду івент-заходів для України можуть стати мистецтво, культурні пам'ятки, архітектурні споруди, музичні та спортивні заходи, бізнес-івенти, фестивалі та ін.

З'ясовано, що бренди не можуть створюватися зусиллями тільки влади. Головне завдання – пошуки взаєморозуміння між стейкхолдерами та усвідомлення необхідності спільних зусиль щодо утворення капіталу брендів івент-заходів. При цьому, основа бренду регіону – його ідентичність.

Список використаних джерел

- Аакер, Д. А. (2002). *Стратегическое рыночное управление*. Питер.
- Антипина, Е. А. (2010). Капитализация территории: разграничение полномочий. *PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект*, 8, 11–14.
- Вартанова, О., & В., Король, І. В. (2019). Брендінг як сучасна маркетингова технологія. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*, 53, 36–42.
- Гузевська, Л. С., & Петропавловська, С. Є. (2019). Аналіз використання ньюджекінгу для формування бренду на основі маркетингу територій. *Проблеми системного підходу в економіці*, 1(2), 128–132.
- Дойль, П. (2001). *Маркетинг, орієнтований на стоимость*. Питер.
- Климанов, С. В. (2009). Брендінг и его влияние на региональное развитие. *Вестник Калининградского юридического института*, 1(17), 52–57.
- Мельничук, Л. С. (2016). Бренд та його роль у процесі організації ефективних маркетингових комунікацій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 6(2), 96–98.
- Пархоменко, І. І. (2019). Складові формування попиту на культурні івенти в Україні (на прикладі музеїв). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*, 2(1), 134–154.

- Пашкевич, М. Ю. (2018). Івент-технології як інструмент формування державного іміджу. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 176–181.
- Поплавський, М. М. (2017). Event-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології*, 33, 186–197.
- Титова, В. С. (2014). Подієвий маркетинг у просуванні бренду країни: український контекст. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, 118(1), 60–69.
- Ярмак, В. Ю. (2018). Поняття бренду та його співвідношення з поняттям торговельної марки. *Проблеми законності*, 141, 214–222.
- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: *Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 1. <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.

References

- Aaker, D. A. (2002). *Strategicheskoe rynochnoe upravlenie [Strategic market management]*. Piter [in Russian].
- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: *Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 1. <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> [in English].
- Antipina, E. A. (2010). Kapitalizatsiya territorii: razgranichenie polnomochii [Capitalisation of the territory: delimitation of powers]. *PR i reklama v izmenyayushchemsya mire: regional'nyi aspekt*, 8, 11–14 [in Russian].
- Doil', P. (2001). *Marketing, orientirovannyi na stoimost' [Value-Based Marketing]*. Piter [in Russian].
- Huzevska, L. S., & Petropavlovska, S. Ye. (2019). Analiz vykorystannia niusdzhekinhu dlia formuvannia brendu na osnovi marketynhu terytorii [Analysis of the use of newsjacking to form a brand based on the marketing of territories]. *Problems of Systemic Approach in the Economy*, 1(2), 128–132 [in Ukrainian].
- Klimanov, S. V. (2009). Brending i ego vliyanie na regional'noe razvitie [Branding and its impact on regional development]. *Vestnik Kaliningradskogo yuridicheskogo instituta*, 1(17), 52–57 [in Russian].
- Melnychuk, L. S. (2016). Brend ta yoho rol u protsesi orhanizatsii efektyvnykh marketynhovykh komunikatsii [Brand and its role in the process of organising effective marketing communications]. *Uzhorod National University Herald. International Economic Relations And World Economy*, 6(2), 96–98 [in Ukrainian].
- Parkhomenko, I. I. (2019). Skladovi formuvannia popytu na kulturni iventy v Ukraini (na prykladi muzeiv) [Components of the formation of demand for cultural events in Ukraine (on the example of museums)]. *Kyiv National University of Culture and Arts' Bulletin. Series: Management of Socio-Cultural Activity*, 2(1), 134–154 [in Ukrainian].
- Pashkevych, M. Yu. (2018). Ivent-tekhnohii yak instrument formuvannia derzhavnoho imidzhu [Event technologies as a tool for forming the state image]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 3, 176–181 [in Ukrainian].
- Poplavskiy, M. M. (2017). Event-menedzhment u industrii dozvillia [Event management in the leisure industry]. *Issues in Cultural Studies*, 33, 186–197 [in Ukrainian].
- Tytova, V. S. (2014). Podiiyvi marketynh u prosuvanni brendu krainy: ukrainskyi kontekst [Event marketing in the promotion of the country's brand: the Ukrainian context]. *Actual problems of international relations*, 118(1), 60–69 [in Ukrainian].

Vartanova, O., & V., Korol, I. V. (2019). Brendynh yak suchasna marketynhova tekhnolohiia [Branding as a modern marketing technology]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 53, 36–42 [in Ukrainian].

Yarmak, V. Yu. (2018). Poniattia brendu ta yoho spivvidnoshennia z poniattiam torhovelnoi marky [The concept of brand and its relationship with the concept of trademark]. *Problems of legality*, 141, 214–222 [in Ukrainian].

■ EVENT BRAND BUILDING AS A TECHNOLOGY FOR PROMOTING THE NATIONAL IMAGE

■ Lesia Chervinska

■ *PhD in Art Studies, Associate Professor,*
ORCID: 0000-0002-0930-898X, e-mail: chervinskalesia@gmail.com,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine

■ Abstract

The purpose of the article is to find out the specifics of event brand building, which provides opportunities to gain significant competitive advantages and attract the necessary tools for further evolution, which is vital for Ukraine concerning its investment prospects. The research methodology is based on the use of the principles of historicism, analysis, objectivity and consistency. The scientific novelty lies in the comprehensive review of the critical features of professional event brands building in the regions to cultivate a state image within the cooperation between stakeholders. Conclusions. The article emphasises that the building of an effective national brand provides an opportunity for the state to compete effectively in the international market and create its own image in the export markets. Event brand building is the right technology with which the country gets the maximum effect in promoting the global national brand at a minimum cost. It is proved that the most essential tool for implementing the development strategy of a particular region is the territory brand based on identity, culture and reputation, and one of the most effective technologies for national brand building is a local event. We believe that to build an event brand, it requires focusing on tourism, export brands, foreign and national policy, investment and migration laws, culture and traditions. It turned out that the efforts of the authorities alone cannot create brands. It is crucial to attracting citizens because they will help raise the country's image, increase demand for export products and attract additional investors. It is revealed that modern cultural institutions in Ukraine and the European Union countries function as industries that, in particular, produce cultural products in the form of event projects. The main directions of event brand building for Ukraine can be art, cultural monuments, architectural structures, music and sports events, business events, festivals, etc.

■ **Keywords:** brand; branding; event; entertainment; meeting; brand building; event brand

■ **ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗА**

■ **Червинская Леся Ивановна**

■ *Кандидат искусствоведения, доцент,
ORCID: 0000-0002-0930-898X, e-mail: chervinskalesia@gmail.com,
Киевский национальный университет культуры и искусства,
Киев, Украина*

■ **Аннотация**

Цель статьи – выявить особенности формирования бренда ивент-мероприятий, которые дают возможность получить весомые конкурентные преимущества и привлечь необходимый инструментарий для дальнейшего развития, что актуально для Украины, учитывая ее инвестиционную привлекательность. Методология исследования базируется на использовании принципов историзма, анализа, объективности и системности. Научная новизна заключается в комплексном освещении особенностей образования профессиональных брендов ивент-мероприятий регионов для формирования государственного имиджа в контексте сотрудничества стейкхолдеров. Выводы. Отмечено, что создание эффективного национального бренда позволяет государству результативно конкурировать на международном рынке и создать собственный имидж на рынках экспорта. Формирование бренда ивент-мероприятий – именно та технология, при содействии которой страна при минимальных затратах получает максимальный эффект в продвижении отечественного бренда на глобальном уровне. Доказано, что важнейшим инструментом реализации стратегии развития определенного региона является бренд территории на основе идентичности, культуры и репутации, а одной из наиболее эффективных технологий формирования отечественного бренда является ивент-мероприятие для определенных территорий. Считаем, что для формирования бренда ивент-мероприятий необходимо ориентироваться на туризм, торговые марки экспорта, внешнюю и внутреннюю политику, инвестирование и миграционные законы, культуру и традиции. Выяснено, что бренды не могут создаваться усилиями только власти. Важным является привлечение граждан, ведь они будут способствовать подъему имиджа страны, увеличению спроса на экспортную продукцию и привлечению дополнительных инвесторов. Выявлено, что современные культурные институты в Украине и странах Европейского Союза функционируют как индустрии, которые, в частности, производят культурные продукты в виде ивент-проектов. Основными направлениями формирования бренда ивент-мероприятий для Украины могут стать искусство, памятники, архитектурные сооружения, музыкальные и спортивные мероприятия, бизнес-ивенты, фестивали и др.

■ **Ключевые слова:** бренд; брендинг; мероприятие; событие; ивент; ивент-мероприятие, формирование бренда; бренд ивент-мероприятий

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221077

УДК 130.2:394.2(049.32)

**ТЕОРЕТИЧНЕ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ФЕНОМЕНУ ФЕСТИВАЦІЇ
У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРОЗНАВСТВІ****Гуменюк Тетяна Костянтинівна***Доктор філософських наук, професор,**ORCID: 0000-0001-9210-6424, e-mail: t_gumenyuk@ukr.net,**Київський національний університет культури і мистецтв,**вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133*

Рецензія на монографію: Бабушка Л. Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі. Київ : Видавець ПП Лисенко М. М., 2020. 272 с.

Очевидним сьогодні є те, що теоретичні моделі святкової культури, які були притаманні філософській та культурологічній думці в традиційній культурі безперечно вимагають певних уточнень з урахуванням домінування економіко-політичного, урбаністичного векторів, що невідворотно нанесли відбиток на дослідницькій практиці, маркетингації культури (аспектів влади і споживання, соціальної ідентичності, ідеології, гендерної політики тощо). Так, у сьогочасному культуротворчому просторі актуалізується проблема фестивалізації як принципово нової відкритої динамічної моделі святкової культури з трансгресивними процесами (невід'ємними елементами існування та функціонування), оскільки саме останні виступають межевою активацією креативних внутрішніх можливостей, що визначають процеси самопізнання культури та переоцінки компонентів її смислових лакун. Зрештою, сам феномен фестивалізації, віддзеркалюючи перехідні етапи у суспільстві, утримує водночас перетворювальний потенціал, пов'язаний з принципово відмінним розумінням соціальної, політичної, історичної, економічної, урбаністичної, повсякденної та святкової компонент у сучасній культурі. Відтак, проблема теоретичної культурологічної рефлексії феномена фестивалізації набуває адресності та входить до авангарду проблем полікультурного контексту сучасного буття.

Культурологічно-соціологічний, філософсько-естетичний аспекти, обрані предметом наукового дослідження Ларисою Дмитрівною Бабушкою (кандидат філософських наук, доцент кафедри теорії та історії культури Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського) – є новаторськими та цікавими, майже не розробленими у вітчизняній культурологічній думці. Інтерес автора монографічного дослідження до фестивалізації пов'язаний, передовсім, зі значними змінами в сьогочасній культурі, де зникають старі традиції, зазнають змін звичні форми святкування, здійснюються спроби реконструкцій «старих»

і моделювання «нових» свят. Виникає потреба переосмислення однієї з актуальних форм святкової культури – фестивалі – крізь оптику її культуротворчого потенціалу в інфраструктурі соціуму та взаємозв'язку ідеологічних, економічних, політичних процесів, що дозволило автору розглядати її як моделюючу (конструюючу) систему, яка перетворює сучасний культурний простір у гіперфестивальний.

Поняттєво-категоріальний апарат, представленої монографії «Фестивалізація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі», поповнений новими поняттями «фестивалізація», «гіперфестивальність», «Homo festive» (людина, яка святкує), «артистократ» як змістовно категоріальними нововведеннями й підходами щодо предмета дослідження в межах культуротворчої парадигми. Водночас у процесі дослідження застосовано їх пізнавально-креативний потенціал із метою категоризації, концептуального осмислення й теоретичного аналізу фестивалізації як комунікативного апропріатора глобалізаційних та альтерглобалізаційних моделей культури. Втілюючи стратегію побудови категоріального апарату сучасної фестивалізації культури, автор активно залучає вищезазначені понятійно-термінологічні концепти щодо здійснення категоризації та диференціації основних смислових елементів і дискурсів, а саме: а) фестивалізації як процесу тотального освятковування дійсності, який технологізується, прагматизується, перетворюється на своєрідну гіперфестивальну реальність комунікативної поведінки, утримуючи трансгресивну природу; б) фестивалізації як механізму соціальної адаптації та ідентичності людини в культурі повсякденності, поширюючись в царинах науки, релігії, освіти, економіки, політики, популярної культури тощо. Фестивальна сучасна культура, на відміну від класичної, яка опиралася на традицію, спрямована на зв'язок із комерційною сферою, де домінують виступають категорії надлишкового (сфера споживання), а не піднесеного (емоційна царина). Відповідно, виникають новітні спроби конструювання / моделювання фестивального буття культури, що реалізуються у проектах глобалізації. У зв'язку з цим явище фестивалізації автором монографічного дослідження розуміється як гіперболізація святкового компонента в буденному, повсякденному житті, де активна, а подекуди, й основна роль відводиться Homo Festivus – людині, яка святкує.

У пошуках методологічних підходів до аналізу специфіки фестивалізації у просторі повсякденності та її впливу на сучасні моделі культуротворчості, автор акцентує увагу на наступних аспектах: по-перше, фестивалізація є особливою формою культуротворення, утримуючи поліфункціональну природу, проявляється у гібридності сучасної та традиційної культур. Моделі культуротворчості пов'язані з ритуалом, ідеєю й святом як ритуалізованим медіакультурним простором й свідчать про те, що дана проблема постає простором синтетичного культурологічного самовизначення. По-друге, у фестивалізації відбувається апропріація глобалізаційних та альтерглобалізаційних стратегій в контексті гіперболізації впливу повсякденності на форми й напрямки активності людини, домінуючими рисами якої є прагматичний характер універсальних структурних елементів. Спираючись на комунікативну проекцію фестивалізації, автор з'ясовує семантичну природу понять «повсякденність», «буденність», «святковість» як модусів куль-

тури, відповідно, проблему співіснування та взаємозв'язку «повсякденної» – «буденної» – «фестивної» культур.

Здійснено розрізнення концептів буденної та повсякденної культур, сутнісна розбіжність яких полягає в тому, що перша характеризується виконанням рутинних щоденних обов'язків, в той час, як повсякденна культура постає актуалізацією всього обсягу культури в повсякденній практиці, що, своєю чергою, дозволило дослідникам диференціювати останню на релігійну, політичну, світську культури.

Ключовими методологічними підходами дослідження автор визначає: феноменологічний щодо відтворення поліфонічності реальних виявів святкової культури; семіотичний щодо прояву ритуальних кодів святкової культури; порівняльний у співвідношенні традиційного й сучасного свят, сакрального й профанного модусів святкування; перформативний, де фестивалізація постає ареною можливості перевтілювати власну природу, враховуючи просторові умови історичної, соціальної та політичної дій, і є моделюючим феноменом, у якій інтегруються форми політичного, інформаційного, видовищного характерів тощо.

Підсумовуючи зазначимо, що внесок авторки монографії Л. Бабушки до української філософсько-культурологічної наукової царини є безперечно вагомим, оскільки вперше здійснюється теоретичний аналіз феномену фестивалізації як тотальної естетизації культури повсякдення, ключових констант комунікації, перформативності тощо. Ідеї автора є самобутніми та аргументованими, а масивний спектр окреслених проблем свідчить про високий науковий потенціал автора. Відповідно, дана монографія має неабияке теоретичне значення та практичну цінність, виконана згідно з вимогами щодо написання наукових видань і дозволяє рекомендувати її як науковцям, здобувачам вищої освіти, аспірантам та всім, хто цікавиться проблемами сьогочасної культури.

DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221083
УДК 745/749(477)(049.32)

НАЦІОНАЛЬНА МИСТЕЦЬКА СПАДЩИНА – ГАРАНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОБУТНОСТІ

Голубець Орест Михайлович

Доктор мистецтвознавства, професор,
ORCID: 0000-0003-2481-7798, e-mail: ores_ton@hotmail.com,
Львівська національна академія мистецтв,
вул. Кубійовича, 38, Львів, Україна, 79011

Рецензія на монографію Варивончик А.В. *Художні промисли України: генеза, історична еволюція, сучасний стан та тенденції. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Піра-К, 2019. 551 с.*

Монографія «Художні промисли України: генеза, історична еволюція, сучасний стан та тенденції» присвячена важливим, актуальним, самостійним дослідженням, містить принципово нові матеріали та є результатом тривалої праці і набутого досвіду автора в царині мистецтва й української художньої культури.

Маємо відзначити, що А. Варивончик уперше зробила крок до наукового осмислення спадку художньої промисловості в Україні досліджуваного періоду. Це відбито в п'яти розділах, зміст яких відповідає тим завданням і меті, які визначені у «Вступі». Загалом матеріали усіх розділів монографії та додатки спрямовані автором на реалізацію важливого загальнонаціонального питання – збереження та відродження традицій українських художніх промислів, необхідного для успішного розвитку і процвітання України.

У першому розділі проаналізовано літературу з досліджуваної проблеми, схарактеризовано і досліджено джерельну базу, яку становлять насамперед твори традиційного народного мистецтва, вироби художніх промислів як стародавні (музейні експонати) так і нинішні (експонати колекцій, виставок).

Другий розділ присвячений узагальненню науково-теоретичних та методологічних підходів до розв'язання досліджуваної проблеми; уточнено понятійний та предметний зміст ключових понять зокрема таких, як мистецтво, виробництво, промисловість. Особливо цікавими та цінними є виявлені і досліджені вирази поняття «промисли».

У третьому розділі відстежується історична еволюція основних видів («галузей») художнього виробництва в Україні – ткацтво, килимарство, вишивання, різьблення по дереву, кераміка, порцеляна і скло, ювелірна справа та ковальство, петриківський розпис.

Помітне місце в четвертому розділі посідає аналіз діяльності, присвячений історії створення, становлення, розвитку та занепаду унікального у світі художньо-

виробничого об'єднання «Укрхудожпром». Повною мірою та ґрунтовно ця тема в Україні досліджена вперше.

Епоха концерну «Укрхудожпром» розпочалась в 1936 році, державою підтримувалась організація промислового виробництва, що отримала назву «Укрхудожпромспілки», а 26 січня 1963 року перейменована на «Укрхудожпром» до часів самого «занепаду». Всі надані матеріали підкріплюються світлинами і документами, які свідчать про історичну дійсність. В цьому ж розділі детально відстежується еволюція від артілі до мануфактури і фабрики, що становить зразок таких виробництв, які було організовано у 22 великих об'єднання, і які працювали в складі «Укрхудожпром» по всіх регіонах, виготовляючи вироби художньої промисловості, беручи участь у Всесоюзних та Міжнародних виставках народного господарства, за рахунок чого вироби художньої промисловості мали попит в нашій державі та за її межами.

В межах двадцятого століття завершується індустріальна фаза розвитку суспільства і розпочинається наступна – постіндустріальна або інформаційна. З другої половини 80-х років XX століття розпочався період розпаду радянської політичної системи та становлення самостійних державних утворень на теренах колишнього СРСР. Для українського суспільства – історичний період реформування та впровадження нових ринкових, економічних й соціальних відносин. Відтак починаючи з «горбачовської перебудови», що поступово перейшла в розбудову молодого української держави, відбулися різкі світоглядні зміни, що спричинили негативний поштовх на українську художню промисловість, призвели до розпаду усталених зв'язків між регіонами колись цілісного організму. Внаслідок значного послаблення адміністративного керівництва, недостатнього постачання сировини, а також обмеження творчих можливостей майстрів більшість виробничих підприємств припинили існування. «Далися взнаки неадекватна система оподаткування, значне подорожчання енергоносіїв, скорочення обсягів збуту», – як доречно зазначає авторка.

П'ятий розділ містить відомості про стан художніх промислів в сучасному суспільстві, форми побутування національних традицій в Україні. Визначення подальших перспектив розвитку української художньої культури неможливе без розуміння реалій сучасного мистецтва.

В дослідженні відчутний досвід Анастасії Віталіївни як творчого майстра, художниці – професіонала, яка працювала на Виробничо-художньому об'єднанні ім. Т. Г. Шевченка (м. Київ), її освітньо-пропагандичної творчої роботи по питаннях: традиція–збереження–розвиток художніх промислів України.

Ознайомившись з історіографічними та фактографічними матеріалами монографії, переконані – авторка здійснила великий і плідний науковий пошук. До монографії включені додатки (фотокопії), що складають архівні матеріали концерну «Укрхудожпром» традиційного мистецтва вишивання «відшивки», які водночас були творчими проектами і документами для подальшого запуску малюнку на виробництві, пов'язаних з реалізацією цих проектів та розрахунків з авторами і виконавцями. У кожному із розділів виділені підрозділи і висновки.

Багаторічна праця А. Варивончик заслуговує на велику увагу й матиме важливе значення для заповнення прогалів в історії української художньої культури.

Анастасія Віталіївна Варивончик здійснила вкрай важливу роботу по збереженню й поширенню національної мистецької спадщини. Проведено кропітку роботу у дослідженні художніх промислів України. Авторкою продумані питання систематизації численних матеріалів, методів їх дослідження: історично-теоретичний, культурологічний, мистецтвознавчий, порівняльний, системно-функціональний та інші. Водночас виділено основний метод дослідження: творчий.

Таким чином вважаю, що монографія «Художні промисли України: ґенеза, історична еволюція, сучасний стан та тенденції» заслуговує на увагу широкого загалу і стане у нагоді не тільки мистецтвознавцям, а й майстрам практикам, як фахівцям, так і студентам середніх та вищих навчальних закладів.

Наукове видання
Scientific Publication

ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ISSUES IN CULTURAL STUDIES

Випуск 36
Issue

Збірник наукових праць
Collection of scientific papers

Відповідальний за випуск / Responsible for the issue
Юрій Горбань / Yurii Horban

Літературний редактор / Literary editor
Анна Рибка / Anna Rybka

Бібліографічний редактор / Bibliographic editor
Галина Стешенко / Halyna Steshenko

Редактор-перекладач англійського тексту / English text editor
Дар'я Фугалевич / Daria Fuhalevych

Дизайн обкладинки / Cover design
Юлія Єцкало / Yuliia Yetskalo

Технічне редагування та комп'ютерна верстка / Technical editing and computer layout
Вікторія Ковбель / Viktoriia Kovbel

Дизайн макета / Design of mock-up
Оксана Бережна / Oksana Berezhna

Підписано до друку: 27.12.2020. Формат 70x100/16.
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Arial, DejaVu Serif, Roboto.
Ум. др. арк. 23,24. Обл.-вид. арк. 20,21.
Наклад 300 примірників.
Замовлення № 4544

Видавничий центр КНУКіМ
Видавець Київський національний університет культури і мистецтв
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,
вигоновників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4776 від 09.10.2014