

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

ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ISSUES IN CULTURAL STUDIES

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
SCIENTIFIC JOURNAL

ВИПУСК
ISSUE 42

Засновано у 2003 р.
Founded in 2003

КІІВ
KNUCA PUBLISHING
CENTRE

КИЇВ
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР
КНУКіМ

2023

Питання культурології

Науковий журнал

У науковому журналі 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 № 6 від 30.10.2023 р.)

Головний редактор

Михайло Поплавський — доктор педагогічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Заступник головного редактора

Юрій Горбань — кандидат культурології, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Відповідальний секретар

Валерій Кушнар'єв — кандидат культурології, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної колегії

Рута Адамоне — доктор філософії, професор, Університет Миколаса Ромеріса (Литва); **Мартіна Бласкова** — доктор філософії, професор, Поліцейська академія Чеської Республіки в Празі (Чехія); **Поліна Герчанівська** — доктор культурології, професор, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна); **Олена Гончарова** — доктор культурології, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Ольга Копієвська** — доктор культурології, професор, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна); **Артур Кривоша** — доктор філософії, професор, Університет Трас-ос-Монте та Альто-Доро (Португалія); **Ігор Печеранський** — доктор філософських наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Юлія Сабадаш** — доктор культурології, професор, Маріупольський державний університет імені Михайла Драгоманова (Україна); **Любов Співак** — доктор психологічних наук, професор, Український державний університет імені Михайла Драгоманова (Україна); **Олена Хлисту** — доктор культурології, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Марзена Шмит** — професор, доктор хабілітований, Археологічний музей в Познані (Польща).

Голова редакційної ради

Ірина Петрова — доктор культурології, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної ради

Валентина Бездрабко — доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Тетяна Гуменюк** — доктор філософських наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Тетяна Долбенко** — доктор культурології, професор, Київський університет культури (Україна).

Науковий журнал «Питання культурології» відображається в таких базах даних: DOAJ, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, ERIH PLUS, ResearchBib, Scilit, 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

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

Рік заснування

2003

Періодичність

2 рази на рік

Засновник / адреса засновника

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

Адреса редакційної колегії

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

Видавництво

Видавничий центр КНУКІМ, вул. Дмитра Дорошенка, 14, м. Київ, Україна, 01042

Сайт

issues-culture-knukim.pp.ua

E-mail

issues.culture@knukim.edu.ua

Телефон

+38 (044) 529-61-38

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2023
© Автори статей, 2023

Kyiv National University of Culture and Arts

Issues in Cultural Studies

Scientific Journal

The scientific journal highlights the advanced issues of theory and history of Ukrainian and world culture, culturological issues, contemporary 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. 6 of 30.10.2023)*

Editor-in-Chief

Mykhailo Poplavskyy – DSc in Education, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief

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

Executive Editor

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

Editorial board members

Ruta Adamoniene – Doctor habil., Professor, Mykolas Romeris University (Lithuania); **Martina Blaskova** – DSc in Philosophy, Professor, Police Academy of the Czech Republic in Prague (Czech Republic); **Polina Herchanivska** – DSc in Cultural Studies, Professor, National Academy of Culture and Arts Management (Ukraine); **Olena Honcharova** – DSc in Cultural Studies, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Olena Khlystun** – DSc in Cultural Studies, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Olha Kopiiivska** – DSc in 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); **Ihor Pecheranskyi** – DSc in Philosophy, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Yuliia Sabadash** – DSc in Cultural Studies, Professor, Mariupol State University (Ukraine); **Liubov Spivak** – DSc in Psychology, Professor, Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine (Ukraine); **Marzena Szmyt** – Professor, Doctor habil., Archaeological Museum in Poznan (Poland).

Chief of Editorial Council

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

Members of Editorial Council

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

The Scientific Journal "Issues in Cultural Studies" is indexed in DOAJ, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, ERIH PLUS, ResearchBib, Scilit, 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 programme subject area 034 "Cultural Studies" by Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 24 September 2020 No. 1188.

ISSN	ISSN 2410-1311 (Print) ISSN 2616-4264 (Online)
Year of foundation	2003
Frequency	twice 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	KNUCA Publishing Centre, 14, Dmytra Doroshenko 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, 2023
© Authors, 2023

The author is responsible for the accuracy of the facts and correctness of citation

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ КУЛЬТУРИ

Сергій Безклубенко	▪ «Національність» явищ культури та критерії її визначення	10
Микола Бровко	▪ Мистецтво і релігія в культуротворчому процесі: практики синкрезису та диференціації	22
Євгенія Бейник	▪ Культурологічні особливості духовної творчості Ференца Ліста	34
Тетяна Ковальова	▪ Громадська діяльність як засіб розвитку культури суспільства: вітчизняний і закордонний досвід	44
Євген Павліченко	▪ Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності	57
Наталія Сарновська, Юлія Рибінська	▪ Іноземна мова як інструмент збереження та передачі національних культурних цінностей України в контексті міжкультурної комунікації під час війни	66

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ТА ОСВІТНІ ПРАКТИКИ

Алла Гаврилюк, Анюта Виставна	▪ Популяризація традицій гастрономічної культури крізь призму розвитку туристичної дестинації: турецький досвід для України	75
Олег Гаврилюк, Анатолій Гнатюк	▪ Взаємовплив соціальних мереж і масової культури: роль і значення алгоритмів	90
Ірина Заспа	▪ Жіночі образи сучасної візуальної культури України крізь призму архетипів: воєнний час	102
Катерина Кириленко	▪ Інновації святкування 300-річчя Г. Сковороди в Україні: запит на національну ідентичність	116

Юлія Ключко	▪ Інструменти комунікації в контексті музеєзнавчих досліджень	127
Марина Козловська	▪ Cultural Studies, Festival Studies та перспективні напрями досліджень фестивальних практик	140
Олеся Комарніцька	▪ Культурні проекти Українського культурного фонду: 2018–2023 рр.	152
Олексій Красненко	▪ Інтерактивність як явище культурного простору кінця XX – початку XXI століття	163
Оксана Крупа, Олена Губернатор	▪ Сучасні цифрові технології та аудіовізуальні засоби в гібридних культурно-дозвіллевих івентах	173
Людмила Кузнецова	▪ Музеї України в умовах російської збройної агресії	182
Марія Макарова	▪ Культурно-мистецькі заходи бібліотек України в умовах війни	195
Оксана Олійник	▪ Цифрова трансформація креативних індустрій: британський кейс	206
Валерій Осієвський	▪ Культурний туризм Кіровоградської області: ідеологія соціокультурного проектування	219
Ігор Печеранський	▪ Телебачення як сучасний фактор культурогенезу: осмислення в термінах теорії культивуації	229
Михайло Поплавський	▪ Цифровий університет в епоху пост-постмодерну: до питання формування нової корпоративної культури	243
Олександра Проскуракова	▪ Гримувальне мистецтво в українському науковому дискурсі: історіографічний аналіз і перспективи культурологічного дослідження	256

<i>Віктор Рубан</i>	▪ Проекти діячів сучасного танцю як інструмент культурної дипломатії України в умовах воєнного стану	270
<i>Денис Сучков</i>	▪ Соціальні медіа як чинник трансформації аудіовізуальної культури в епоху трансмедійності	286
<i>Леся Устименко, Юлія Назимко</i>	▪ Вплив сучасних travel-трендів на розвиток культурно-туристичних дестинацій України	296
<i>Вікторія Черевач</i>	▪ Цифрова мода: основні чинники виникнення та соціокультурне значення	307
<i>Кристіна Чорна</i>	▪ Культурна антропологія та антропологічний театр: взаємодія дослідницьких полів	316
<i>Ірина Швець</i>	▪ Цифрова інклюзія в культурних індустріях: значення, потенціал і можливості	328

CONTENTS

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

Serhii Bezklubenko	“Nationality” of Culture Phenomena and the Criteria for its Determination	10
Mykola Brovko	Art and Religion in the Culture-Creative Process: Practices of Syncretism and Differentiation	22
Yevheniia Beinyk	Cultural Peculiarities of Franz Liszt’s Spiritual Work	34
Tetiana Kovalova	Public Activity as a Means of Developing the Culture of Society: Domestic and Foreign Experience	44
Yevhen Pavlichenko	Contemporary Visual Culture as a Means of Representing National Identity	57
Nataliia Sarnovska, Yuliia Rybinska	Foreign Language as a Tool for Preserving and Transmitting National Ukrainian Cultural Values in the Context of Intercultural Communication During the War	66

ARTS AND CULTURAL, EDUCATIONAL PRACTICES

Alla Havryliuk, Aniuta Vystavna	Promotion of Gastronomic Culture Traditions Through the Prism of Tourist Destination Development: Turkish Experience for Ukraine	75
Oleh Havryliuk, Anatolii Hnatyuk	The Interaction Between Social Networks and Mass Culture: Algorithms’ Role and Significance	90
Iryna Zaspá	Female Images of Contemporary Ukrainian Visual Culture Through the Prism of Archetypes: War Time	102
Kateryna Kyrylenko	Innovations in Celebrating the 300 th Anniversary of H. Skovoroda in Ukraine: a Request for National Identity	116

<i>Yuliia Kliuchko</i>	▪ Communication Tools in the Context of Museum Studies Research	127
<i>Maryna Kozlovska</i>	▪ Cultural Studies, Festival Studies and Promising Research Areas of Festival Practices	140
<i>Olesia Komarnitska</i>	▪ Cultural Projects of the Ukrainian Cultural Foundation: 2018–2023	152
<i>Oleksii Krasnenko</i>	▪ Interactivity as the Cultural Space Phenomenon of the Late 20 th – Early 21 st Centuries	163
<i>Oksana Krupa, Olena Hubernator</i>	▪ Modern Digital Technologies and Audiovisual Means in Hybrid Cultural and Leisure Events	173
<i>Liudmyla Kuznetsova</i>	▪ Museums of Ukraine in the Conditions of Russian Armed Aggression	182
<i>Mariia Makarova</i>	▪ Cultural and Artistic Events of Ukrainian Libraries During the War	195
<i>Oksana Oliinyk</i>	▪ Digital Transformation of the Creative Industries: British Case	206
<i>Valerii Osiiievskiy</i>	▪ Cultural Tourism of the Kirovohrad Region: Ideology of Socio-Cultural Projecting	219
<i>Ihor Pecheranskyi</i>	▪ Television as a Modern Factor of Culture Genesis: Comprehension in the Terms of the Cultivation Theory	229
<i>Mykhailo Poplavskiy</i>	▪ Digital University in the Post-Postmodern Era: to the Question of Forming a New Corporate Culture	243
<i>Oleksandra Proskuriakova</i>	▪ Make-Up Art in the Ukrainian Scientific Discourse: Historiographical Analysis and Perspectives of Cultural Studies	256
<i>Viktor Ruban</i>	▪ Contemporary Dance Artists' Projects as a Tool of Cultural Diplomacy of Ukraine Under Martial Law	270

<i>Denys Suchkov</i>	▪ Social Media as a Factor of the Audiovisual Culture Transformation in the Era of Transmedia	286
<i>Lesia Ustymenko, Yuliia Nazymko</i>	▪ The Impact of Modern Travel Trends on the Development of Cultural and Tourist Destinations in Ukraine	296
<i>Viktoriiia Cherevach</i>	▪ Digital Fashion: Main Factors of Emergence and Socio-Cultural Significance	307
<i>Krystina Chorna</i>	▪ Cultural Anthropology and Anthropological Theatre: Interaction of Research Fields	316
<i>Iryna Shvets</i>	▪ Digital Inclusion in Cultural Industries: Meaning, Potential and Possibilities	328

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293696
УДК 316.356.4:008

«НАЦІОНАЛЬНІСТЬ» ЯВИЩ КУЛЬТУРИ ТА КРИТЕРІЇ ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ

Сергій Безклубенко

Доктор філософських наук, професор,
академік, почесний член Національної
академії мистецтв України,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
ORCID: 0000-0002-8709-7129
e-mail: erdanbez1@gmail.com

Для цитування:

Безклубенко, С. (2023). «Національність» явищ культури та критерії її визначення. *Питання культурології*, 42, 10–21. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293696>

Мета статті — дослідити національну приналежність явищ культури та окреслити критерії її визначення (національне походження творця, його фізичне місцеперебування під час «творчого акту», зв'язок з «рідним краєм» (історичною батьківщиною)). *Результати дослідження*. Поміж численних атрибутів явищ культури, зокрема мистецьких творів, одним із найважливіших вважається його національна приналежність. Певно, саме цим пояснюються справдавна відомі суперечки щодо того, кому саме, якому етносу (народу, нації) належить «честь спородження» загальноновизнаних мистецьких творів, наприклад, поем Гомера, фільмів С. Параджанова чи скульптур О. Архипенка? При цьому йдеться не про право власності (в юридичному сенсі цього терміна) на матеріальні носії ідеального змісту мистецького твору, а про високу честь причетності до «спородження» шедевру. *Наукова новизна*. Стаття присвячена критеріям визначення приналежності мистецького твору до певної національної культури, «самості»; національність (національний дух, ментальність, характер) розглянуто як триєдність етнетики, етнестетики та етнорелігії. *Висновки*. Нині у світі спостерігається тенденція до самоідентифікації та всіякого (національного, расового, громадянського, конфесійного та ін.) самовизначення особи. Щось подібне відбувається і з явищами культури. Визначено, що явища культури, зокрема мистецькі твори, як і люди, «народжуються» «безнаціональними». «Національності» люди набувають унаслідок соціалізації, тобто виховання згідно з традиціями, звичаями, що панують у такому суспільному утворенні. Мистецькі твори набувають національності відповідно до того, наскільки адекватно вони «вписуються в русло» панівних у суспільстві смаків, вподобань та уявлень про належне. Тобто нащадки тих «сучасників», яким твори видавались «ненаціональними», освоївши їх (чи освоївшись з ними — в будь-якому разі: піддавши їх процесу естетизації, етизації та навіть — до певної міри — сакралізації), — «націоналізували» їх.

Ключові слова: явище культури; мистецький твір; ідейно-тематичний зміст; жанрово-стилістичні особливості; національність; національний «дух»; національна визначеність; національна приналежність

Вступ

Ті, хто бачив серіал «Сімнадцять миттєвостей весни», можливо, пам'ятають епізод, у якому один із гітлерівських бонз, роль якого виконує Л. Броневої, з претензією на філософську глибокодумність просторікує: «Есть нечто загадочное в том, что *великий русский художник* Левитан родился в бедной еврейской семье». Дразлива «грайливість» цієї провокативної, за задумом, сентенції ніби зависла на мить у повітрі та безслідно розтанула. І коли, вже у «постперебудовчі» часи, ведуча провідного тоді каналу російського телебачення з сумом сповістила, що пішов з життя «выдающийся русский интеллигент Зиновий Гердт» це, здається, ні в кого не викликало жодних рефлексій. Але коли помер Йосип Бродський, відзначений Нобелівською премією, і оглядач радіостанції «Свобода» назвав його «найвидатнішим російським поетом ХХ століття», це спричинило скандал. Деякі російські письменники не просто заперечували це. Вони відмовляли Бродському навіть у приналежності його творчості взагалі до російської літератури, називаючи його всього лише «русскоязычным литератором».

На фоні того, що низка поетів і прозаїків, за походженням теж далеко не є російським (як, наприклад, Анна Ахматова, Володимир Короленко, не кажучи вже про Миколу Гоголя), віднесені москowitzами мало не «святих» російської словесності, виникає питання: а які ж *критерії*? У чому взагалі полягає оця національна «самість» («русскость», «українськість» тощо), інакше кажучи, *національна визначеність* явищ культури, зосібна творів літератури та мистецтва?

Це питання, «споконвіку» актуальне, періодично загострювалося в так звані «переломні» моменти історії, як-от в часи набуття Україною державної самостійності (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) та тепер, в умовах широкомасштабної війни з Росією за національну незалежність. Проявом цього загострення стали широко відомі факти уточнення у музеях світу національної «ідентичності» мистецьких шедеврів, які приписувалися тривалий час росіянам (пейзажі Архипа Куїнджі, Івана Айвазовського, жанрова картина «Танцівниці» Едгара Дега тощо), кваліфіковані як «українські», попри те, що їхні творці не були українцями з народження. Водночас творчість П. І. Чайковського, українське походження якого не викликає сумнівів, багатьма зараховується до набутків російської музичної культури. Так чим же, попри суб'єктивність сприйняття та вподобання, *реально* визначається приналежність мистецького твору до певної національної культури?!

Методологія дослідження спирається на принцип *системного підходу до аналізу суспільних явищ*, відповідно до якого *національність* (національний «дух», національна «ментальність», національний характер) розглядається як *«триєдність етнетики, етнестетики та етнорелігії»*.

Мета статті

Мета статті — дослідити національну приналежність явищ культури та окреслити критерії її визначення (національне походження творця, його фізичне

місцеперебування під час «творчого акту», зв'язок з «рідним краєм» (історичною батьківщиною)).

■ Виклад основного матеріалу

За розв'язання зазначеної проблеми свого часу відважно взявся І. Дзюба (1988): «А що, власне, взагалі розуміти під українською національною культурою? — писав він у статті «Чи усвідомлюємо національну культуру як цілісність» — *Який обсяг явищ? Досить часто ми — свідомо і несвідомо ігноруємо це питання, ніби воно від лукавого. І під українською культурою розуміємо просто механічну суму культурних явищ, які існують на території України*».

Відкидаючи крайнощі, на думку дослідника, їх дві: з одного боку — «тенденція розчиняти українську національну культуру у потоці продукції, виготовленої на території України», з іншого — «своєрідний туризм, який пильно обмежує сферу української культури явищами винятково україномовними, коли йдеться про вербальні мистецтва (критерій далеко не завжди безумовний!), і, коли йдеться про мистецтва невербальні, явищами з очевидними рисами традиційних національних стилів (що зовсім сумнівно)», — він вважає все ж за необхідне «об'єктивно, тонко і аргументовано розрізнати їх (власне українські мистецькі явища — С.Б.) за багатьма ознаками, в тому числі і за *ознаками національної художньої якості*, враховуючи діалектику інтеграції та диференціації у мистецтві».

А ось і запропонований ним уявно «графічний» шлях до розв'язання проблеми: «культурну ситуацію в Україні можна зобразити у вигляді трьох концентричних кіл. Перше, найбільшого радіуса, — це вся культурна даність, вся сума фактів, які *існують* в Україні чи надходять до неї і т. д. Друге коло, дещо меншого радіуса, — вся культура, що твориться на Україні. Третій, ще менший, — власне українська *національна культура*» (Дзюба, 1988). «В принципі, — додає дослідник, — така ж і структура кожного народу, оскільки жоден народ не живе тільки власною культурою і жодна культура не існує в окремому вигляді. Специфічним для України тут є лише особливе співвідношення величин площ цих кіл і, можливо, менша чіткість кордонів між ними».

Гаразд, уявно «намалювали» ми ці «кола» — що далі?! Які ж такі «численні ознаки», «в тому числі й *ознаки національної художньої якості(?)*», отого вмісту найменшого з концентричних кіл?

Мова? Ставить сам собі питання автор і сам собі відповідає: «Ні!». «*Навіть у художній літературі ідентифікація за мовною ознакою викликає деякі сумніви або потребує внесення корективів*». «Каменями спотикання» на цьому шляху постають, з подачі І. Дзюби (1988) не лише писані російською твори Є. Гребінки, Г. Квітки, Т. Шевченка «романи Мордовцева та Г. Данилевського», які хоч і писали по-російськи, але були людьми «не тільки українського походження, але й специфічно-української орієнтації, скажемо так: патріотами української історії». Ба більше: виявляється, що й писане *українською* не всіма й не завжди визнавалось за власне національне, як то було свого часу з творчістю Лесі Українки, О. Кобилянської, М. Коцюбинського.

А в мистецтвах невербальних і поготів не видно щось цих ознак. Навіть музику М. Лисенка та Д. Бортнянського тривалий час не хотіли впускати до отого

«найменшого кола», не кажучи вже про творчість авангардистів у галузях скульптури, живопису, графіки, архітектури, які відверто розривали з будь-якими традиціями, зокрема й «рідними». Виявляються також, зрештою, малопридатними «критерій історичний та критерій актуальний», які «не слід відривати один від одного, але й не слід їх змішувати»... (Дзюба, 1988).

Вихід із цього «тупика» І. Дзюба вбачав у етнографізмі, вважаючи його «*передумовою всякої мистецької діяльності*». Як вирішальний аргумент на користь такого «відкриття», він посилається на О. П. Довженка, який нібито мріяв створити етнографічний фільм, в якому «розкрити красу рідної землі, яка годує нас не тільки хлібом, маслом, а й багатьма звичаями, уявленнями, піснями, думками, відчуттям вітчизни наших батьків, дідів, прадідів і наших нащадків». (Зауважимо в дужках: вираз «земля годує нас звичаями, уявленнями, піснями тощо» — не надто вишукана метафора як для метра літературної критики) (Безклубенко, 2006).

Та це — дрібниця, хоча й не поодинокі у текстах цього автора. Навряд чи варто говорити навіть про саму можливість все приписане мріям Довженка не те що розкрити! — зобразити в одному фільмі.

«Інтим» перекоптило з ґрунтом, на якому зросло. Та не для того, щоб спонукати кінематографістів до створення подібного фільму, нагадав «мрію Довженка» І. Дзюба. Вона йому була потрібна як привід для вельми своєрідного (скажемо так) узагальнення. Хоча й сформульоване обережно, чи то як здогад, чи то як припущення, це узагальнення є фундаментальним для концепції автора статті «Чи усвідомлюємо ми. Мабуть (!?)», етнографізм у такому широкому (?) й глибокому (?) розумінні — як інтимний зв'язок з рідною землею — необхідна передумова життєвості, доцільності та краси всякої мистецької діяльності (Дзюба, 2001).

Нічого не скажеш: глибоке (незмірно!) й широке (неозоро!) тлумачення (а не розуміння!) як етнографізму, так і інтиму. Але якщо навіть «перекласти» цей «дзюбізм» на зрозумілу українську мову, пропустивши повз увагу некоректне вживання словосполучення «інтимний зв'язок», яке відсилає уяву читача до сцен еротичного характеру (Кримський, 1973)¹, та перетлумачивши його хоч би

¹ Кримський, А. Ю. (1973). «Волосова борода». З учено-кабінетної міфології XIX віку. У *Твори в п'яти томах* (Т. 3, с. 307–329). Наукова думка. Вас. Доманицький у своїм «Народнім календарі у Ровенському повіті», спираючися, живовидячки, на слова самих селян, каже, що «коза» або «борода», тобто кілька незжатих стеблин пашні, зв'язаних чим-небудь близько коло колоса — це «емблема п л о д о р д я», і, мабуть, для ближчого фізіологічного пояснення, додає: «у цей невивжаний куц киде робітниця зерно розтертого колоса». Може в такому самому напрямі треба б витолковувати ще один обряд коло тієї «бороди», а саме: як закрутують її та промовлять побажання, щоб і на той рік збіжжя добре зародило, то тоді молодь, хлопці й дівчата починають валити одне одного на стерню, волочити за ноги, качатися по стерні. Таку звичку зазначають у західній Україні Голембйовський з Вуйціцьким, Коперницький. В іншому варіанті відома вона й на великоруській півночі, де, закрутивши «бороду» з волоття, «все, сидевшие кругом, припадают к земле спиной (тобто: перекидаються на спину) и, перекувыркнувшись через голову, поднимаются на ноги». Робиться це, безперечно, не «для получения потраченной силы», а мабуть, швидше вже як пережиток емблематичного статевого акту. Принаймні це збіглося б з думками новіших етнологів: «Продукты, необходимые для питания, всякого рода злаки и плоды, по убеждению руководствующихся магическими приемами, увеличиваются в количестве при выполнении таких действий, которые способствуют размножению».

на «духовний», що само собою, хоч і вельми розпливчате, проте позбавлене недоречної двозначності — твердження залишається хибним.

Ну скажіть, заради істини, який такий «інтим» з рідною землею, навіть «духовний», був передумовою, аби виявилась життєвою, доцільною й «красивою» така, наприклад, мистецька діяльність, як заняття, притому віртуозне (чи то французьким, чи то російським балетом) — для Анни Павлової чи Маріуса Петіпа? Або для віртуозного опанування гри на скрипці, роялі чи віолончелі — для Пабло Казальса, Давида Ойстраха, Володимира Горовиця? Або сценічного мистецтва — для Айри Олдріджа, Сари Бернар, Георгія Товстоногова? Навіть для письменників — Бориса Пастернака чи Йосипа Бродського, Гійома Аполлінера чи Бернарда Шоу, Володимира Набокова чи Василя Аксьонова?

І. Дзюба посилається на висловлення Олександра Архипенка, що нібито не почувався б так і не творив би так, як відчувається й творить, якби «українське сонце не запалило в його душі туги за тим, чому назви він і сам не знає». Але ж водночас автор статті змушений визнати, що нічого «специфічно-національного» у творчості — він її називає «універсально-вселюдською», в О. Архипенка немає (Дзюба, 2006). То ж бо й воно! Те саме можна сказати й про Пабло Пікассо чи Марка Шагала. Вони теж, як і Сергій Прокоф'єв, із щемом душевним згадували принагідно землю, стоптану ще босими ногами, і так само годі шукати в їхній «універсально-вселюдській» творчості чогось «специфічно-національного» — іспанського, білоруського чи українського. І це далеко не винятки. У будь-якому разі їх набереться стільки, що важко й сказати, що власне становить виняток.

Завітаймо лишень до одного з найбільших у світі зібрань образотворчого мистецтва ХХ ст. — Нью-Йоркського музею сучасного мистецтва. (Від початку він належав, як і весь Рокфеллер-центр, сім'ї цього мультимільонера, згодом контрольний пакет акцій перекупила родина одного з найбагатших японців). Або хоч загляймо в «святці» цього «храму модерного живопису» — в каталог експонованих там творів, якими тут пишуться, та бодай побіжно познайомимось із «святими», яким тут поклоняються. Ось Оскар Кокошка — британський підданий, народився в Австрії від чесько-австрійських батьків, працював у Німеччині та Чехословаччині; Марк Шагал — француз, народився в Росії, проживав у Білорусії, з 1941 року — в США; П'єр Модріан — данець, працював у Парижі, в США — з 1940 року; Френсіс Пікабіа — іспанець, працював у Нью-Йорку та Барселоні; Пабло Пікассо — іспанець, у Франції з 1904 року; Кіс ван Донген — француз, народився в Нідерландах, у Франції з 1897 року по 1963 рік; Пауль Клеє — німець, народився й помер у Швейцарії; Марсель Дюшамп — американець (зверніть лишень увагу на цю національність!!!), народився у Франції, у США з 1942 року; Георг Грош — американець, народився й помер у Німеччині; Амедео Модільяні — італієць, працював у Франції; Вайфредо Лем — кубинець, працював в Іспанії, Італії, живе в Парижі; Джордано де Кіріко — італієць, народився в Греції, працював у Німеччині, Франції; Сальвадор Далі — іспанець, працював у Парижі, проживав у Нью-Йорку; Василь Кандинський — росіянин, працював і жив у Німеччині та Франції; Арчіл Горькі — американець, народився у «Турецькій Вірменії», з 1920 року — в США; Бен Шаги — американець, народився в Латвії та ін.

Про який такий «інтимний зв'язок з рідною землею» можна в такому разі говорити? Хіба що — про той, що його «плекає» перекотиполе? Була колись у наших, ще не отруєних хімікаліями (або, як витончено гарно висловлюються наші поети про ньеньку-Україну — не упосліджених) степах поширена така рослина. Колюча, неїстівна — ні краси, ні радості, — невисока, кулеподібна, вона могла хіба що прикрити непевною тінню якого-небудь дрібного гризуна — «шкідника сільського господарства». Відзеленівши на швидку, з першими суховіями вона жухла й, вирвана поривом осіннього вітру з рідної землі, яка зростила її, носилась полями, шелестячи колючками та насіваючи своє смітне зерно, поки не опинялась де-небудь під тинном. Є, щоб там не казали, у долях вищезгаданих художників щось щемно подібне. Тинялись вони по світу, гнані вітрами часу, сіючи повсюдно свої «ізоколючки», аж поки не знайшли притулок на цих, справді золотих, нібито «задвірках» історії.

Як би до цього не ставитись, — разучим є цей факт історії світового мистецтва. І свідчить він зовсім не на користь «рідноземельного» сантименту (щоб не сказати «забобону»): етнографізм, навіть тлумачений у «найширшому» та «найглибшому» аспектах, не є обов'язковою передумовою «життєвості, доцільності і краси», — не те що «всякої», будь-якої мистецької діяльності. Найбільше, що можна сказати, не ризикуючи впасти в суперечність з очевидними фактами, що «етнографізм», навіть інтерпретований як уявний («віртуальний», «духовний» зв'язок з рідною землею), становить характерну особливість художньої діяльності деяких чи навіть багатьох митців, особливо в часи становлення чи піднесення національної культури. Однак це ще ніяк не свідчить про якість («життєвість», «красу» й «доцільність») будь-якої мистецької діяльності взагалі та не становить вихідних засад появи шедеврів національного мистецтва. Останнє, включаючи й етнографізм, визначає умови, що склались (чи складаються) в суспільстві, зокрема й погляди, смаки та уподобання — уявлення людей про те, що є красивим, доцільним, а отже, й «життєвим».

Інша річ, що в «самому початку», в генезисі (щоб не сказати в зародку) не просто сходиться чи збігається, а становить нерозривну органічну єдність те, що згодом набуває назву в одному (мистецькому) вимірі — художнього, у другому (моральному) — етичного, у третьому (сакральному) — святого, священного. Все це і є народне, етнографічне, національне. Бо що ж таке, зрештою, «етнографічне», або «національне»? В основі це — своє, рідне. І то не тільки у нас: ἔθνη (етне) у греків, *natio* у латинян — також означають *рідне*. А що здається нам прекрасним, тобто приємним саме собою, без будь-яких міркувань про корисність? Насамперед все те, до чого ми звикли, при звичаїлись з дитинства, з коліски, що перейшло до нас від матері та бабусі, від діда-прадіда, зі звичаями, обрядами, яких дотримуються члени родини, тобто — своє, рідне (Безклубенко, 2020).

Проте звідси зовсім не «впливає», що наше, «своє», «рідне» — єдино прекрасне чи найпрекрасніше. Навіть більше: оскільки подібні орієнтації, психологічні настанови (смаки й уподобання) формуються в основному, якщо не переважно, у дитячому віці, тобто засвоюються некритично, підсвідомо, це не гарантує від можливої обмеженості, хоча й не виключає видатної унікальності.

Сказане стосується як окремих індивідів, так і народів загалом. Зазначений діалектично-суперечливий процес формування національної специфіки в уявленнях про прекрасне, смішне, огидне, жалюгідне, мерзенне та ін. не виключає й можливості запозичень — стихійного чи свідомого запозичення «чужого», «інонаціонального» і засвоєння його, перетворення з часом на національне. Прикладів тут безліч, та про це згодом.

Попри всі заклики «відстоювати її (— національної культури — С.Б.) *визначеність*», «оскільки *національна визначеність* культури є найважливішим гарантом майбутнього народу як нації», І. Дзюба так і не дає зрозуміти, в чому ж власне полягає ця невловима «національна визначеність», якщо не культури взагалі, то хоч би своєї рідної — української? (Дзюба, 2001).

І то не випадково.

Химера природженої національної «самості» явищ культури. Новітні спроби встановити «чисту» «національну визначеність» культури достоту подібні до пріснопам'ятних полювань радянських естетиків чи то на «специфіку», чи то на «сутність» мистецтва. Одні при цьому, розуміючи під *шуканим* щось на зразок вічної й незмінної «естетичної якості» (на зразок «філософського каменя» чи «еліксиру життя»), алхімічили в схоластичних емпіреях; натомість інші — «прагматики!» — застосовували, так би мовити, *інвентаризаційний метод* і в пошуках невловимої «сутності» (чи «специфіки») мистецтва нанизували «ознаки» (згодом «функції») на хирляву нитку своєї псевдодіалектичної думки. «*Національна визначеність*» («специфіка», «сутність», «самість», «українськість», «російськість» та ін.) — чергова з *химер* цього роду. Ця «національна визначеність» була, є і залишатиметься *невловимою* через те, що *її нема*. У такому сенсі, в *такому її «баченні»* вона не існує. Це — абстракція з розряду тих, якими люди *поіменовують* риси предметів (речей, явищ), здатні вдовольняти певні їхні потреби (байдуже — природні чи штучні), і мають звичку *приписувати уявний зміст цих абстракцій самим предметам*, як нібито від природи їм притаманні властивості. Так «виникли», наприклад, «*шашличні якості*» баранячого м'яса, «*естетичні властивості*» алмазів, «*художні якості*» мистецьких творів, не кажучи вже про розмаїття «*примх*» погоди. Однак, як стало вже багатьом відомо, у *природі* не буває *поганої погоди*, натомість у *людей* буває *поганий* (тобто не відповідний) *одяг* (чи «настрій» тощо).

«Хрещення» національним «духом». Як би це не прикро було для «мисливців на химери», незаперечним залишається, що *явища культури, як і люди, «народжуються» безнаціональними*. І лише згодом, завдяки, так би мовити, «*хрещенню національним духом*», тобто в процесі *освоєння* їх людьми (в результаті *естетизації, етизації та сакралізації*) вони набувають (в «очах» споживачів набувають!) ознак певної «національності».

Люди, як відомо, набувають (*справді набувають!*) рис національної приналежності в процесі «соціалізації»: виховання в умовах і традиціях певного суспільного середовища, органічно сприймаючи (як щеплення) панівні етичні норми, естетичні смаки та преференції, релігійні вірування чи атеїстичні погляди. При цьому «*приймають*», трапляється, *не один раз і не назавжди*. Згадаймо: Анна Горенко, з народження *українка*, — померла як видатна *російська* поетеса;

Микола Фітільов, з народження *росіянин*, — помер як *український* письменник і громадський діяч («український буржуазний націоналіст»!). Тимчасом Андрій Сахаров, якого дехто вважав євреєм, а сам він позиціонував себе росіянином (руським), наприкінці життя не ідентифікував себе з жодною національністю, вважаючи себе *громадянином світу*, тобто *космополітом*.

У наш динамічний час такі «трансформації» самоідентифікації трапляються дедалі частіше. Це колись здебільшого так було, що людина, народжена, скажімо, в православному (католицькому, іудейському, мусульманському тощо) середовищі, приречена була й померти «православною» (католиком, іудеєм, мусульманином). Тепер повсюдно у світі спостерігається тенденція до *самоідентифікації* та всілякого (національного, расового, громадянського, конфесійного та ін.) *самовизначення особи*.

Щось подібне відбувається і з явищами культури. Створені та навіть «хрещені» в певному етнонаціональному середовищі, вони, будучи «пересадженими» («переприщепленими») до іншого, мають чимало шансів «набути» також ознак «*національної визначеності*» нового свого місцеперебування. Хіба не це *сталося* в Московії з імпортованим танцювальним мистецтвом? Завезене в останній чверті XVII ст. з Німеччини, воно навіть ще у першій третині XIX ст. піддавалось різкій критиці і як власне мистецтво, і як «ненаціональне». А який, зрештою, результат? Доповнене (наповнене?) на довершення впливом французьким (весь балетний лексикон і по сьогодні поспіль, від *emboîté* до *chassé* — так би мовити, від «А» до «Я» — залишається французьким), а втім, це мистецтво набуло таки статусу «національного» і відоме — до речі, у всьому світі відоме — під назвою «*руський класический балет*» (Безклубенко, 2004).

Та, можливо, й нема особливої потреби ходити за прикладами до сусідів. Чи не найяскравіший з них гордо височить у центрі української столиці. Тим, хто прагне будь-що вилушити «чисте зерно» загадкової «*національної визначеності*» явищ культури, варто було б поміркувати над «історичною долею» Софійського храму — власне тими «*метаморфозами*», в результаті яких ця *абсолютно візантійська* споруда стала пам'яткою *української* культури.

Намальовані уявою І. Дзюби «концентричні кола» не мають ні магічної сили «кавказького крейдяного», ні гоголівського «чарівного» — «Вій» іонаціональної культури легко долає їх, навіть якщо між ними «чіткіші» межі чи кордони, ніж у житті. При цьому практично не має значення первородна «національність» явища культури — важливо лише: *сприймає, освоює* його певна етнонаціональна громада чи ні. Через це так багато серед культурних явищ, особливо мистецьких творів, осіб з подвійним (потрійним і т. д.) «громадянством», як і без чітко визначеного «громадянства» (тобто національної приналежності) взагалі. Варто пригадати лише, скільки існує так званих «мандрівних» сюжетів, казок, міфів, легенд тощо. Можна у цьому зв'язку також пригадати, що легендарного Гомера вважали «своїм» — і то небезпідставно! — кілька міст, тобто *міських громад* (Безклубенко, 2006).

Можна вказати й «свіжіший» факт: кінорежисера С. Параджанова вважають «своїм» митцем в Азербайджані, Вірменії, Грузії, не кажучи вже про Україну, де коломистецьке середовище всіляко роздмухує його культ.

Приклад з С. Параджановим доречний ще й з іншого погляду. Творчість цього митця до «Тіней забутих предків» взагалі мало кого цікавила, особливо ж щодо приналежності чи не приналежності саме до української культури. Поява «Тіней...» спричинилася до скандалу: представники тодішньої української мистецької еліти, насамперед письменники, спочатку не тільки не визнали цей твір «своїм», але й гостро засуджували його як такий, що нібито кидає тінь на Україну, змальовуючи українців як «якихось папуасів, що мешкають у центрі Європи». Тільки згодом, поволі, притому не без впливу світової громадськості (відгомін шаленого успіху стрічки на різних кінофестивалях у Європі та Америці), почало змінюватись ставлення творчої інтелігенції України до цього фільму, відтак — і до особи Параджанова (Дзюба, 2004). Хоча, правду сказати, й сьогодні не всі в мистецькому та коломистецькому середовищі, віддаючи належне талановитості митця, схильні визнавати приналежність його творчості до саме українського національного мистецтва.

Отже, визнання фільму «Тіні забутих предків» як шедевра українського мистецтва, а С. Параджанова — як українського національного митця прийшло не зразу. В цьому зв'язку видаються досить симптоматичними ремствування І. Дзюби (1988) на те, що «і музику М. Лисенка, і поезію та драматургію Лесі Українки, і прозу О. Кобилянської та М. Коцюбинського *деякі співвітчизники і сучасники*» вважали «ненаціональними» і т. д. свого часу, *спочатку*, деякі не визнавали. Тепер, за логікою думки І. Дзюби, таких нема: всі згадані й незгадані набули таки статусу «національних». Але хіба за цей час змінилися їхні твори, а не погляди людей? (Безклубенко, 2018).

■ Висновки

Отже, явище, коли «свій своя не познаваша», коли представники певного етнонаціонального середовища впізнають «своїх» лише за допомогою *відображення* об'єкта суперечки, так би мовити, в дзеркалі інонаціональної культури, не випадкове й далеко не рідкісне. Так, німці тривалий час не визнавали за «свого» такого, здавалось би, найгерманнішого композитора, як Ріхард Вагнер. І лише після успішних виступів останнього у Франції, де йому влаштували *honntage* саме як німецькому композиторові, визнали його «національним» і на батьківщині.

Щось дослівно *дзеркально подібне* сталося і з Гектором Берліозом, якого французи визнали за «свого» тільки після блискучих гастролей в Німеччині, де його відразу ідентифікували як французького композитора. А чого варта суєта навколо творчості Дмитра Бортнянського, якого не визнавали за свого ні росіяни (тому що в нього італійський вишкіл), ні українці (тому що писав для російської православної церкви). Навіть Іван Франко підкинув дровець у полум'я, написавши сердиту статтю *Los von Bortnjansky*, так що Станіслав Людкевич вимушений був «підправляти» свого старшого і авторитетного товариша.

Так що ж сталося? І якщо таки щось сталося, то — з ким? Хіба «метаморфоза» відбулася з творчістю цих митців? А не зі «*співвітчизниками*»?

Відповідь очевидна: саме вони, *нащадки тих «сучасників»*, яким видавались «ненаціональними» твори згаданих митців, *освоївши* їх (чи *освоївшись з ними* — в будь-якому разі: піддавши їх процесу *естетизації, етизації* та на-

віль — до певної міри! — *сакралізації*), — тим самим «*націоналізували*» їх. Сталося те саме, що й з Ейфелевою вежею.

Варто лише було б так поставити питання, щоб знайти відповідь стосовно загадкової «*національної визначеності*» явищ культури: вона не в них самих, а в *уподобаннях* (смаках, уявленнях, переконаннях тощо) споживачів. Подібно до того, як, за прислів'ям, *краса дівчини — не на її обличчі, а в очах закоханого в неї юнака*.

■ Список посилань

- Безклубенко, С. Д. (2004). *Політекономія мистецтва*. Альтерпрес.
- Безклубенко, С. Д. (2006). *Українська культура: погляд крізь віки: історико-теоретичні нариси*. Карпати.
- Безклубенко, С. Д. (2018). *Антидзюбінг, або «Не все те золото, що блищить...»* [Монографія]. Видавничий центр КНУКІМ.
- Безклубенко, С. Д. (2020). *Культурологія в сучасній Україні. Теоретико-сатирична повість у стилі horror із «Прологом», «Діалогами», «Епілогом» та макабричним Кепсськи-Endom*. Київський національний університет культури і мистецтв.
- Дзюба, І. (2004). Спогади і роздуми на фінішній прямій. В *Рукопис: Український альманах спогадів, щоденників, листів, документів, світлин* (Т. 1, с. 8–263). Криниця.
- Дзюба, І. М. (1988). Чи усвідомлюємо національну культуру як цілісність? *Наука і культура: Україна*, 22, 309–325.
- Дзюба, І. М. (2001). Метод – це насамперед розуміння. *Слово і час*, 7, 4–10.
- Дзюба, І. М. (2006). Доля мови - доля народу. В *3 криниці літ* (Т. 3, с. 795–819). Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
- Кримський, А. Ю. (1973). «Волосова борода». З *учено-кабінетної міфології XIX віку. В Теори в п'яти томах* (Т. 3, с. 307–329). Наукова думка.

■ References

- Bezklubenko, S. D. (2004). *Politekonomiia mystetstva* [Political economy of art]. Alterpres [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (2006). *Ukrainska kultura: pohliad kriz viky: istoryko-teoretychni narysy* [Ukrainian culture: a view through the ages: historical and theoretical essays]. Karpaty [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (2018). *Antydzubinh, abo "Ne vse te zoloto, shcho blyshchyt..."* [Antidubbing, or "All that glitters is not gold..."] [Monograph]. Publishing Center of Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (2020). *Kulturolohiiia v suchasni Ukraini. Teoretyko-satyrychna povist u styli horror iz "Prolohom", "Dialohamy", "Epilohom" ta makabrychnym Kepssky-Endom* [Cultural studies in modern Ukraine. A theoretical-satirical novel in the style of horror with "Prologue", "Dialogues", "Epilogue" and macabre Kepssky-Endom]. Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Dziuba, I. (2004). Spohady i rozdzumy na finishnii priamii [Memories and reflections on the finish line]. In *Rukopys: Ukrainskyi almanakh spohadiv, shchodennykiv, lystiv, dokumentiv, svitlyn* [Manuscript: Ukrainian almanac of memories, diaries, letters, documents, photos] (Vol. 1, pp. 8–263). Krynytsia [in Ukrainian].

- Dziuba, I. M. (1988). Chy usvidomliuemo natsionalnu kulturu yak tsilisnist? [Do we realize the national culture as a whole?]. *Nauka i kultura: Ukraina*, 22, 309–325 [in Ukrainian].
- Dziuba, I. M. (2001). Metod – tse nasampered rozuminnia [The method is primarily understanding]. *Word and Time*, 7, 4–10 [in Ukrainian].
- Dziuba, I. M. (2006). Dolia movy - dolia narodu [The fate of the language is the fate of the people]. In *Z krynnytsi lit* [From the well of years] (Vol. 3, pp. 795–819). Vydavnychyy dim Kyievo-Mohylianska Akademiia [in Ukrainian].
- Krymskyi, A. Yu. (1973). "Volosova boroda". Z ucheno-kabinetnoi mifolohii XIX viku. In *Tvory v piaty tomakh* [Works in five volumes] (Vol. 3, pp. 307–329). Naukova dumka [in Ukrainian].

■ “NATIONALITY” OF CULTURE PHENOMENA AND THE CRITERIA FOR ITS DETERMINATION

■ Serhii Bezklubenko

■ *DSc in Philosophy, Professor,
Academician, Honorary Member
of the National Academy of Arts of Ukraine,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-8709-7129
e-mail: erdanbez1@gmail.com*

The aim of the article is to investigate the nationality of cultural phenomena and outline the criteria for its determination (national origin of the creator, his/her physical location during the “creative act”, and connection with the ‘native land’ (historical homeland)). *Results of the study.* Among the numerous attributes of cultural phenomena, including artistic works, one of the most important is its nationality. Perhaps this explains the long-standing debate over who exactly, which ethnic group (people, nation), has the “honour of rebirth” of universally recognised artistic works, such as Homer’s poems, S. Parajanov’s films, or O. Arkhyenko’s sculptures? It is not about the right of ownership (in the legal sense of the term) to the material carriers of the ideal content of an artwork but about the high honour of being involved in the “rebirth” of a masterpiece. *Scientific novelty.* The article is devoted to the criteria for determining whether a work of art belongs to a particular national culture, “identity” nationality (national spirit, mentality, character) is considered as a trinity of ethnoethics, ethnoaesthetics, and ethno-religion. *Conclusions.* Today, there is a trend in the world towards self-identification and all kinds of (national, racial, civic, confessional, etc.) self-determination of the individual. Something similar happens with culture phenomena. It has been determined that culture phenomena, including artistic works, like people, are “born” “non-national”. People acquire a “nationality” as a result of socialisation, i.e. upbringing following the traditions and customs prevailing in a given social formation. Artworks acquire nationality according to how adequately they “fit into the mainstream” of the prevailing tastes, preferences, and ideas of what is proper in society. In other words, the descendants of those “contemporaries” who considered the

works “non-national”, having mastered them (or having mastered them — in any case, having subjected them to the process of aestheticisation, ethicisation, and even, to a certain extent, sacralisation), “nationalized” them.

■ **Keywords:** culture phenomenon; artwork; ideological and thematic content; genre and stylistic features; nationality; national “spirit”; national determination; national identity



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293698
УДК 7:2:130.2]:2-664.3-048.56

МИСТЕЦТВО І РЕЛІГІЯ В КУЛЬТУРОТВОРЧОМУ ПРОЦЕСІ: ПРАКТИКИ СИНКРЕЗИСУ ТА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ

Микола Бровко

Доктор філософських наук, професор,
Науково-навчальний інститут,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-3703-9414
e-mail: brovko-mm@ukr.net

Для цитування:

Бровко, М. (2023). Мистецтво і релігія в культуротворчому процесі: практики синкрезису та диференціації. *Питання культурології*, 42, 22–33. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293698>

Мета статті — дослідити сутнісні параметри синтезу мистецтва й релігії як активних форм духовності в кроскультурних реаліях сучасного буття людини. Проаналізувати причини та наслідки конкретно-історичних обставин періодичності появи синкрезису, диференціації мистецтва та релігії. *Результати дослідження*. З'ясовано ціннісний потенціал сутнісних параметрів взаємозв'язку мистецтва та релігії в контексті предметно-практичного поля культуротворення. Виявлено трансгресивні процеси практик синкретичності та диференціації мистецтва та релігії в культурно-історичному контексті. В дослідженні з'ясовано, що естетичне і магічно-ритуальне, відповідно, релігійне, йдуть поруч, як дві сторони одного й того самого духовно-утилітарного відношення. Очевидно, відмінність, диференціація між ними існує, і в подальшому кроскультурному процесі ці дві форми виокремлюються на самостійні види духовно-практичної діяльності, хоча з моменту виникнення вони здебільшого інтегровані, аніж диференційовані. *Наукова новизна* одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вперше проаналізовані синкретичні та диференційні практики синтезу релігії і мистецтва як у фокусі культурно-історичного контексту, так і неklasичній та постнеklasичній парадигмі культури сьогодення. *Висновки*. З'ясовано, що взаємодія мистецтва і релігії в контекстно-предметних реаліях (історичних) продукує множинні форми вияву практик, зокрема від синкретичності до диференціації, і навпаки (до прикладу, сьогочасні тенденції синкрезису, зокрема в царині культурології). Осягнення сутнісних параметрів проблеми взаємозв'язків мистецтва і релігії уможливується крізь призму аналізу духовної причетності мистецтва до предметно-практичного поля творення, визначення його аксіологічного потенціалу. Дослідження закономірностей взаємозв'язків мистецтва і релігії зумовлює розробку

культуротворчих механізмів впливу цих двох форм духовності на свідомість, самопочуття та вибір ціннісних орієнтирів сучасної людини.

■ **Ключові слова:** мистецтво; релігія; культуротворчість; синкрезис; диференційність; практики; цінність

■ Вступ

У статті розглядається важливий аспект значущості релігії у взаємозв'язку з мистецтвом як активних духовних утворень, що мають потужний вплив на всі сфери суспільного й індивідуального життя в реаліях сучасної України, зокрема умовах широкомасштабної агресивної війни Росії проти України. Очевидним є факт зловісної «місії» РПЦ (російської православної церкви), що виконувала і продовжує виконувати одну із ключових ідеологічних ролей в розв'язанні війни Росії проти України. Це одна із суттєво значущих причин, що зумовлюють необхідність проаналізувати активну роль релігії в сучасному суспільно-політичному житті, і особливо у взаємозв'язку із мистецтвом. В сучасній Україні, її культурі на різних зрізах, рівнях розвитку виявляється, і дедалі ґрунтовніше конститується, доволі гостра потреба осмислення складних проблем взаємозв'язків релігії і мистецтва, які більшою чи меншою мірою включаються в реалії сучасного надзвичайно складного соціального, політичного, культурно-історичного буття людини, і незаперечно виявляють свою активність. Історія і сучасність переконливо свідчать про періодичне загострення проблемами взаємозв'язку мистецтва і релігії. Впродовж усієї історії спостерігається синкрезис і диференціація взаємодії релігії та мистецтва, що, звичайно, потребує нових досліджень складних соціокультурних зв'язків між цими формами духовності.

■ Аналіз попередніх досліджень

Потрібно зазначити, що проблема взаємозв'язків мистецтва і релігії набула як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі певного осмислення, особливо в період активізації сучасних інформаційно-комунікативних технологій. При цьому варто вказати на різну методологічну спрямованість дослідження окресленої проблеми. Передовсім методологія здебільшого диктувалася відповідними парадигмальними орієнтирами певних філософських установок, оскільки зазначена проблема так чи інакше виходила на відповідні філософські рівні осягнення. Доречно назвати науковців, які тією чи іншою мірою аналізували проблему взаємозв'язків мистецтва і релігії. Зокрема, вітчизняний вчений С. Безклубенко у своїх наукових розвідках ґрунтовно досліджує сутнісні параметри релігії, історичні корені її виникнення, характерні прикметні особливості соціокультурного функціонування та соціальні параметри зв'язку із мистецтвом. Досить специфічним є дослідження Ф. Босмана (Bosman, 2020). З новою акцентуацією форм синтезу та диференціації релігії та мистецтва представлена стаття Р. Шустермана (Shusterman, 2008). Вагоме місце у дослідженні на історико-теоретичному рівні сутності та природи релігії постає розвідка відомого західного вченого Д. Палса (Pals, 2014). У цій праці проаналізовані основоположні теорії, що розглядають домінуючі релігії сучасності в їх контекстуально-історичному просторі.

Автор ґрунтовно розкриває дискусії стосовно релігій, їх взаємозв'язків з мистецтвом та іншими формами соціального буття. Актуальною в контексті нашого дослідження є стаття М. Дж. Мюррея (Murraу, 2010).

Водночас попри наявність певних наукових розробок означеної проблеми, що здебільшого реалізовувалися в конкретних векторах, в наш час з'являються нові силові лінії необхідності як постановки, так і розв'язання проблеми взаємозв'язків мистецтва і релігії.

■ **Мета статті**

Мета статті полягає у дослідженні сутнісних параметрів синтезу мистецтва та релігії як активних форм духовності в кроскультурних реаліях сучасного буття людини. Проаналізувати причини та наслідки конкретно-історичних обставин періодичності появи синкрезису, диференціації мистецтва та релігії.

■ **Результати дослідження**

Цілком логічно є артикуляція питання щодо чинників актуалізації як у сфері культурно-історичної практики, так і в науково-теоретичних дискурсах, проблеми взаємовідносин мистецтва і релігії.

Продуктивним є виокремлення низки ключових детермінант, що провокують достатньо специфічні «злети» зацікавленості проблемою взаємозв'язку релігії та мистецтва.

По-перше, перехідні епохи або періоди лімінальності, в яких відбувається злам основ соціально-економічного та духовно-культурного розвитку, ставлять людину впритул перед вибором нових смисложиттєвих орієнтацій. Історично відомо, що мистецтво і релігія виконували далеко не останню роль у процесі ціннісного вибору, а потім і практичної реалізації майбутніх шляхів практичного і культурного розвитку. Тому енергетичний потенціал мистецтва і релігії у цьому контексті постійно привертав увагу як теоретиків, так і практиків. Історія і теорія свідчать, що симбіоз релігії і мистецтва щодо духовно-ціннісних орієнтацій як окремого індивіда, так і суспільства загалом має багато позитивних прикладів, хоч ставлення до цього не завжди було однозначним в середовищі теоретиків і теологів.

По-друге, в нашому сучасному суспільстві, зокрема у сфері соціально-гуманітарного знання, кардинально змінилися філософсько-методологічні підходи до тих чи інших конкретних проблем. На зміну «єдино вірної й наукової» марксистської методології поступово приходять поліметодологічні парадигми, що сприяють практичному використанню духовно-теоретичного досвіду найрізноманітніших філософських, мистецьких і релігійних спрямувань. В колективній монографії зазначено, що «Сучасна художньо-мистецька практика демонструє стрімкий перебіг подій, що свідчить про кардинальні зміни, які відбувалися та відбуваються у "класичних", з погляду традиційних наукових визначень, формах культурного буття» (Крипчук, 2023, с. 442). З огляду на це перед філософією, естетикою, релігієзнавством відкривається широкий простір, справді, науково важливого переосмислення як традиційно усталених, так і зумовлених сучасним життям проблем. Проблема взаємозв'язку релігії і мистецтва сьогодні повинна

осмислюватися як в історико-теоретичному, так і в філософсько-онтологічному фокусі не з примітивних, спрощених позицій і схем на кшталт того, що релігія є ілюзорне і фантастичне, а значить і викривлене віддзеркалення дійсності. Подібні анахронізми давно себе вичерпали. Сьогодні потрібні такі теоретичні конструкти, які здатні у філософсько-теоретичній формі відтворити справжні, а не спотворені відповідними ідеологами взаємозв'язки релігії і мистецтва, і в філогенезі, онтогенезі їх розвитку.

По-третє, українська держава, яка знаходиться в стані свого зростання, змужніння, поступового відсіювання другорядного, наносного і культивуваці справжніх національно-культурних, морально-естетичних цінностей потребує зараз як ніколи співробітництва і єднання представників різних сфер духовного життя. У цій ситуації науково-теоретичні здобутки філософів, релігієзнавців, фахівців з етики та естетики, соціологів у поєднанні з працями українських теологічних і церковних інституцій здатні допомогти як поглибленому осмисленню процесів, що відбуваються в духовно-культурному житті України, так і в практичному становленню України як незалежної, самостійної, з багатим культурним спадком держави.

По-четверте, в сучасній Україні ведеться жорстока війна Росії проти України, війна нічим не спровокована, загарбницька, повномасштабна, із жахливим, звірячим обличчям, що була підготовлена в Росії впродовж декількох десятиліть. У підготовці до цієї жорстокої війни значущу питому вагу виконала російська православна церква. Патріарх Кирило (Гундяєв) іще задовго до того як він обійняв цю посаду, на російському телебаченні вів телепередачу, в якій обґрунтував експансіоністську політику так званого «руського міра». Релігійна складова цієї доктрини відіграла значущу стимулюючу роль у реальному нападі Росії на Україну.

Звичайно, це не всі чинники, що зумовлюють актуалізацію проблеми взаємозв'язку релігії і мистецтва. Але це найбільш суттєві, значущі.

Варто зауважити, що означена проблема утримує міждисциплінарний характер і в цьому контексті постає предметом науково-теоретичного дослідження в різноманітних аспектах — філософському, культурологічному, мистецтвознавчому, релігійно-психологічному, морально-естетичному тощо. Наявні й можливі аспекти проблеми, відповідно їх дослідження, здатні пролити світло на багато питань. Водночас необхідно мати на увазі, що переважна більшість із них має здебільшого частковий, фрагментарний, нерідко периферійний характер. Водночас розв'язання цих питань можливе, по-перше, за наявності теоретичних моделей більш загального, теоретико-методологічного характеру, а, по друге — дослідження проблем саме такого рівня не спроможне відтворити феномен активних взаємозв'язків релігії і мистецтва в цілісній формі, що є надто важливим для розв'язання усіх аспектів, що пов'язані з цією проблемою.

З огляду на це наш підхід ґрунтується насамперед на теоретико-методологічних засадах, що здатні мати у своїх конкретно-наукових розв'язаннях наслідки як загальнофілософського, так і конкретно-наукового характеру. Зрештою, останнє зумовлюється самою природою філософського знання.

Фундаментальною основою активних форм взаємозв'язку релігії і мистецтва є специфіка відношення, що знаходиться в основі кожної із цих форм духовно-практичного освоєння світу.

У сфері мистецтва естетичне відношення до світу є визначальним, що виражається в духовно-емоційному, чуттєво-образному осягненні реалій суб'єкт-об'єктної взаємодії. Естетичне почуття, що народжується в естетичному процесі, володіє здатністю до універсального вияву сутнісних особливостей людини. І хоча первинне місце тут займає сфера емоційного, чуттєвого, але духовний потенціал цієї сфери, а не психофізіологічний, спроможний віддзеркалювати нескінченну багатоманітність людських відношень до світу — пізнавальних, комунікативних, практичних, моральних, політичних тощо. У цьому виявляється специфіка естетичної діяльності, яка є основою мистецтва в найрізноманітніших його іпостасях — історичних, онтологічних, релігійно спрямованих тощо. Мистецтво внаслідок цього здатне поєднуватися з найрізноманітнішими формами соціальної діяльності та активності людини. Не є винятком і релігія. Водночас взаємозв'язки з релігією мають надзвичайно віддалену в історико-культурному вимірі традицію. Як зазначає вітчизняна дослідниця, «зародження зображального мистецтва було зумовлене бажанням людей уречевлювати в матеріальній формі тварин, на яких полювали, богів, яким вклонялися, предків, яких вшановували» (Совгира, 2021). Дослідження палеоліту дають матеріал, що аргументовано переконує в існуванні генетичного взаємозв'язку релігії і мистецтва.

Зокрема, зарубіжні науковці зазначають, що генетичні витоки взаємозв'язку релігії і мистецтва не мають однозначних тлумачень і загальноприйнятих науково-теоретичних пояснень (Pals, 2009, 2014; Murray, 2010, pp. 437–457).

Донедавна в більшості наукових праць, що дотримувалися суто матеріалістичних принципів, проблема інтерпретувалася у такий спосіб: в історії людства існував надто довгий період часу, коли люди не знали релігії, але у них уже були мораль і мистецтво. Дехто з релігієзнавців намагався довести, що не лише неандерталець, але навіть синантроп і пітекантроп значною мірою володіли розвинутим інтелектом, у них були ті людські здібності, якими володіє і сучасна людина. В біологічних структурах докроманьйонців, кроманьйонців і неоантропів, або *Homo sapiens* ніяких особливих відмінностей не існувало. Моральні норми, форми естетичної діяльності у них уже існували, але релігійних уявлень не було. Виходить так, що розум, мораль і мистецтво передували релігії. З погляду сучасної науки щодо релігії цілком зрозумілий ідеологічний підтекст подібних концепцій. Потрібно було доводити ідею про те, що релігія ніяк не могла виникнути раніше усіх інших форм культури. Тому нерідко перекручувалися, підтасовувалися історичні, археологічні, етнографічні факти.

Так, коли стверджується теза про первинність моралі, то при цьому значною мірою досить уможлядно, і нерідко зовсім безпідставно, приписуються моральні норми архантропам. У такому разі підіймаються до високого рівня поведінки архантропів, які насправді володіли лише закріпленими в інстинктах і навичках певними формами поведінки. Це не була мораль, оскільки остання передбачає високий рівень самосвідомості людини. Відомі в сучасній літературі інтерпре-

тації знайдених археологами поховань неандертальців переконливо доводять наявність певних магічних уявлень первісних людей. А, як відомо, магія була однією із первісних релігійних форм, і в цьому аргументовано переконують праці видатних англійських дослідників первісної культури Е. Б. Тайлора (Tylor, 2023), Дж. Фрезера (Frazer, 1998).

В епоху верхнього палеоліту вони знаходять прояви художньої діяльності. Виникає питання: «Якою постає ця художня діяльність?».

Переважаю це знайдені на уламках кісток тварин поперечні лінії, які можна тлумачити як зачатки орнаменту. Знахідки на території Італії, Чехії, Угорщини переконують у тому, що неандертальці володіли достатньо розвиненою естетичною уявою, фантазією, елементами художньої діяльності.

Досить показовими щодо цього є знахідки знаменитих печер в Іспанії — Альтаміра, у Франції — Монтеспан і Лерок де Сер, а також відоме плато (фрески) Тасілії в Африці. Тут домінують зображення тварин, на яких полювали первісні люди. До нас дійшли малюнки в печерах, які на тисячі років законсервувавши здобутки первісної зображувальної культури, донесли їх до нас. Але перші малюнки були створені, треба думати, на піску, на землі тощо.

Останні потрібні були для магічно-обрядових, ритуальних дійств. Малюнки на стінах печер, на наше переконання, свідчать про специфічну форму художньо-естетичної самосвідомості. У людей уже з'являлася потреба донести до інших набутий досвід, знання, певні типи емоційного переживання подій — насамперед процесу полювання, а потім й інших. Тобто тут уже в малюнках, що знайдені в печерах, виявляється своєрідна форма дистанціювання від реально-практичних форм, що відбуваються «тут» і «тепер». Хоча загалом на цьому етапі становлення духовності первісної людини практична дія та її духовне, ідеальне віддзеркалення нерозривні, їх зв'язок безпосередній. Це зумовлювало значною мірою і феномен синкретизму первісної свідомості, в якій релігія, мистецтво і мораль становили єдине ціле.

До прикладу, неандерталець готувався до полювання, напевно, так: малював контури тварини, яку треба було вбити, щоб прохарчуватись. Навколо цього малюнка здійснювалися магічно-ритуальне і водночас естетичне дійство. Для цього потрібна була розвинена творча уява. Це не була, звичайно, безпосередньо хижа тварина, а її умовний образ, ідеальне втілення. Цей образ здатний був активно впливати на чуттєву свідомість первісної людини, що була безпосередньо пов'язана з матеріальними потребами людини.

Поступово чуттєві образи віддалялися від конкретних предметно-практичних ситуацій. Ситуативні форми свідомості набувають узагальнено-абстрактних рис, що стає важливою передумовою подальшого розвитку мистецтва як окремої і водночас специфічної форми діяльності.

Представлена гносеологічна модель становлення естетичної свідомості аналогічна процесу формування релігійної свідомості. Власне, це був єдиний синкретичний процес, своєрідний регулятивний механізм інтеграційно-диференційного становлення духовно-практичної форми освоєння світу. Релігія і мистецтво інтегрувалися в єдиний духовно-практичний комплекс, будучи єдиним ритуально-магічним дійством. Водночас унаслідок своєї природи релігія

і мистецтво утримували в собі зародки подальшої диференціації, розділення на дві окремі форми духовної діяльності.

На наше переконання, зумовлене даними науки про суспільство, релігія і мистецтво виникають симультанно, це єдиний інтеграційний процес. І зумовлені вони були необхідністю соціально-практичного характеру. Винятковість тут конститується формою необхідності, як і в будь-якому іншому процесі чи то природного, чи соціального характерів. Адже картина світу постійно перебуває в процесі конструювання, особливо це помітно в некласичній та постнекласичній моделях конструювання культури. Так, вітчизняна дослідниця Л. Бабушка (2020) зауважує, що поняття конструювання є «характеристикою творчої діяльності людини та сутнісною рисою культури» (с. 180).

Проведені вітчизняними і зарубіжними вченими дослідження взаємозв'язку релігії і мистецтва в динаміці від своїх витоків до сучасних форм аргументовано доводять, що цей взаємозв'язок зазвичай має настільки тісний і водночас активний характер, що нерідко мистецтво розглядають у контексті його релігійності. Так, зокрема, Ф. Г. Босман (Bosman, 2020) спеціально аналізує окремі теоретичні концепції, в яких досліджуються причини того, що робить мистецтво релігійним.

Схарактеризуємо найбільш ранні форми релігії та мистецтва. Так, у мистецтві активність виявляється у формуванні та подальшому вдосконаленні духовно-емоційного впливу на людину. Чуттєві образи, що виникали в первісній естетичній свідомості, володіли здатністю долати страх людини перед хижим звіром, якого треба було вбити задля харчування. Притому, що полювали і на тварин, які були тотемами цього самого племені, і розглядалися членами племені як їх кровні родичі. Практична функція первісного живопису полягала в тому, що малюнок усім своїм емоційним змістом спрямовував людину на активну дію, сприяв духовній підготовці (точніше, морально-психологічній підготовці) до практичних дій.

Водночас естетична емоція активно впливала і на релігійну чуттєвість людини так само, як і навпаки. Художньо-емоційний образ підсилював магічну уяву, сприяв специфічному, досконалому оформленню ритуально-магічного дійства. Примітно, що магія була своєрідним каталізатором, який надавав більшій інтенсивності регулятивному механізму взаємодії художньо-естетичної діяльності та релігійної діяльності.

В умовах первісного суспільства ставлення до тварини, яку малював художник, не було суто споглядальним, естетичним. Це відношення було активним, утилітарно спрямованим, джерело якого знаходиться в умовах життєдіяльності. Люди добре розуміли, що без цієї тварини вони не зможуть вижити. Первісний художник виконував естетичну функцію так, що в ній спрямованість практичного, активно-дієвого характеру домінувала. Малюнок, окрім естетичної функції, виконував магічну функцію, що означало заміну реального вигаданим, ілюзорним. Як зазначав Р. Шустерман (Shusterman, 2008), «мистецтво народжується у давні часи з міфів, магії та релігії, і це давно мало переконливий аргумент за допомогою своєї священної аури. Як культові об'єкти поклоніння, твори мистецтва утримують силу зачарування. Хоча на противагу звичайним реальним

речам, їхня жива сила досвіду забезпечує загострене відчуття реальності та пропонує глибші реальності, ніж ті, що передані здоровим глуздом і наукою».

Естетична фантазія, що формується в процесі як втілення, так і в процесі його сприйняття іншими учасниками майбутнього полювання пробуджувала водночас і уяву магічного дійства. Отже, естетичне і магічно-ритуальне, а значить і релігійне, йдуть поруч, як дві сторони одного й того самого духовно-утилітарного відношення. Хоча відмінність, диференціація між ними існує, і в майбутньому розведе ці дві форми на окремі види духовно-практичної діяльності, однак історично початково вони здебільшого інтегровані, аніж диференційовані.

Важливою зумовлюючою силою такого єднання естетичного і магічного, а фактично релігійного, в ранні епохи було те, що тут пізнання не набуло ще спеціалізованої форми наукового знання. Домінував передусім досвід, що конденсував у собі знання, які здобувалися різноманітними способами. На першому місці був досвід практичної діяльності, але поруч з ним був і досвід мистецтва, первісної магії. Оскільки у людей були обмежені і надто бідні знакові засоби збереження і передачі знань, відтак функцію трансляції беруть на себе одночасно первісне мистецтво і магія. Очевидно, роль магії і мистецтва здійснюється в простих, наочних формах, які дають змогу всім членам первісного колективу брати участь у цих естетично-магічних обрядах, дійствах. Дослідження Дж. Фрезера (Frazer, 1998) щодо первісної магії аргументовано переконують у простоті, логічності й досить специфічному розумінні особливостей людської психіки, що, до речі, дійшло і до нашого часу в сучасних магічних техніках..

Дослідження первісної культури фіксують факти синкретичності первісної свідомості людини, що означає нерозривну єдність релігійного, естетичного і морального складових.

Донедавна панівною була думка про те, що, задовольняючи декілька соціальних потреб, продукти, результати синкретичної свідомості і, зокрема, магія, виконували насамперед компенсаторну функцію. За допомогою магії компенсували недостатність реальних знань і досвіду через ілюзійне, надприродне відношення, на наше переконання, це не зовсім точно. Оскільки малюнок і магічне дійство містили справжні, а не вигадані знання, узагальнювали набутий досвід. У первісному суспільстві усе мало характер доцільності, телеологічності. Те, що утримувало утилітарне значення не бралось до уваги. Тобто у первісної людини просто не було ніяких можливостей займатися якимись ілюзіями і фантазіями, що не могли містити життєво-практичного сенсу. Ілюзія і розмаїття уявлень набувають значення у значно пізніший період, коли для цього були відповідні матеріальні умови життя людей.

Тому магія і мистецтво первісного суспільства не могли не утримувати активного та практичного спрямування.

На наше переконання, генетичні витоки активної взаємодії релігії і мистецтва знаходяться саме в первісному суспільстві.

Якщо звернутися до наступних етапів людської історії і культури, то можна простежити, що активність взаємозв'язків релігії та мистецтва зберігається хоч, звичайно, в інших культурно-змістовних виявах.

Симптоматичним є звернення до християнської культури. Особливістю цієї культури є те, що паралельно з її творенням, виникають філософсько-теологічні рецепції сутності, природи, джерел і майбутнього взаємозв'язку релігії та мистецтва.

Щодо взаємозв'язків релігії та мистецтва в епоху середньовіччя, особливо раннього, з'являються концепції, в яких наявні дві тенденції.

Якщо придивитися уважно до ранніх богословських тлумачень мистецтва і його ролі в житті людини, то тут домінує гармонія духовного і тілесного.

Водночас і тут детально розробляються вчення про життєві і духовні насолоди, причому перевага віддавалася останнім. У цьому плані Августина Блаженного (Аврелій, 2015), Квінта Тертуліана, Фому Аквінського та інших цікавило передусім те мистецтво, яке здатне активізувати в людині її прагнення до вищих, духовних, божественних насолод. Так, наприклад, для Августина сутність мистецтва полягає у прагненні досягнути абсолютних істин духу, що складають найвищі насолоди для людини. Зокрема, для Августина (Аврелій, 2015) та багатьох інших християнських теологів значною мірою притаманна позиція релігійного функціоналізму в тлумаченні активності мистецтва щодо релігії.

У найрізноманітніших варіантах цих концепцій надзвичайно помітна інтерпретація мистецтва як допоміжної форми духовно-релігійного діалогу людини з Богом, впливу на навколишній світ, і з іншими способами духовно-практичного опанування світу. Цілком слушною щодо цього є думка С. Безклубенка (1988) про те, що подібно з іншими засобами практично-духовного освоєння дійсності, релігію робить спроба знайти шляхи і способи впливу на навколишній світ. Подібні пошуки є надзвичайно позитивними передусім у тому плані, що обґрунтовують активізм людської душі, яка, орієнтуючись на найвищий ідеал християнської релігії, так чи інакше виявляє його в реальному житті. Тому не зовсім вірним є твердження деяких теоретиків, що релігія відволікає людину від реальних життєвих проблем у світ ілюзій. Спрямовуючи на духовні, сакральні взаємини з Богом, християнська релігія дає важелі високої морально-етичної проби у її реальному житті, досягненні певних результатів.

Зростання естетизації релігійної духовності та наповнення мистецтва релігійною духовністю, що на певних етапах історії християнства відбувається як певна закономірність, зрештою, також спрямовані на посилення активації людської душі.

Наявність естетичного компонента в християнстві в будь-якому варіанті як наслідок має формування не пасивного відношення до світу, а, навпаки, стимуляцію активно-творчого, діяльного сприйняття індивідом зовнішнього світу і насамкінець самого себе. Це веде до морально-духовного самовдосконалення індивіда, визначення ним не байдужої, інертної позиції в світі, а, навпаки, активної орієнтації і практичної діяльності. Так, «якщо людина вірує в Бога, то божественний зміст стає для неї не тільки "компасом", але й тим життєвим центром, в якому відбуваються всі духовні рухи і душевні томління, зароджуються помисли і шукання, любов і милосердя» (Безклубенко та ін., 2000, с. 72).

У сучасних умовах вплив релігії виявляється, наприклад, в активних формах утвердження християнських і загальнолюдських цінностей як на рівні окремої

особистості, так і на рівні соціальних груп, рухів. У сучасному світі християни, буддисти, представники інших релігійних конфесій беруть активну участь у найрізноманітніших акціях: миротворча діяльність, благодійні справи тощо. В Україні надзвичайно вагома роль православ'я в становленні державності, розвитку української культури, поширенні справжніх цінностей та ідеалів серед молоді, інших верств населення.

Висновки

З'ясовано, що взаємодія мистецтва і релігії в контекстно-предметних реаліях (історичних) продукує множинні форми вияву практик, зокрема від синкретичності до диференціації, і навпаки (до прикладу, сьогочасні тенденції синкрезису). Осягнення сутнісних параметрів проблеми взаємозв'язків мистецтва і релігії можливе крізь призму аналізу духовної причетності мистецтва до предметно-практично поля творення, визначення його аксіологічного потенціалу. Дослідження закономірностей взаємозв'язків мистецтва і релігії дає змогу розробки культуротворчих механізмів впливу цих двох форм духовності на свідомість і самопочуття та вибір ціннісних інтенцій сучасної людини.

Список посилань

- Аврелій Августин Блаженний. (2015). *Творіння* (Т. 2). Видавництво Української Православної Церкви Київського Патріархату.
- Бабушка, Л. (2022). *Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі* [Монографія] Лисенко М. М. <https://knmau.com.ua/wp-content/uploads/Larisa-Babushka-FESTIVATSIYA-YAK-KOMUNIKATIVNIJ-APROPRIATOR-GLOBALIZATSIJNIIH-INTERESIV.pdf>
- Безклубенко, С. Д. (1988). *Музы на ложе Прокруста*. Мистецтво.
- Безклубенко, С. Д. (2008). *Мистецтво: терміни та поняття* (Т. 1). Інститут культурології Національної академії мистецтв України.
- Безклубенко, С. Д. (2010). *Мистецтво: терміни та поняття* (Т. 2). Інститут культурології Національної академії мистецтв України.
- Безклубенко, С. Д., Блінов, О. А., Бровко, М. М., Волощенко, О. М., & Гаращенко, Л. П. (2000). *На межі тисячоліть: християнство як феномен культури*. Міжнародний інститут лінгвістики і права.
- Крипчук, М. (2023). Символ у сучасному науковому дискурсі. В Л. П. Бойко (Ред.), *Культура і мистецтво XXI століття: полілог сучасної гуманітаристики* (с. 442–449). Видавничий центр КНУКіМ.
- Совгира, Т. (2021). *Роль техніки та технології у мистецтві* [Монографія]. Видавництво Ліра-К.
- Bosman, F. G. (2020). When art is religion and vice versa. Six perspectives on the relationship between art and religion. *Perichoresis*, 18.3, 3–20. <https://doi.org/10.2478/perc-2020-0013>
- Frazer, J. G. (1998). *The Golden Bough: A Study in Magic and Religion*. Oxford University Press.
- Murray, M. J. (2010). The Evolution of Religion: Adaptationist Accounts. In M. Y. Stewart (Ed.), *Science and Religion in Dialogue* (pp. 437–457). Wiley-Blackwell.

- Pals, D. (2009). *Introducing religion: readings from the classic theorists*. Oxford University Press.
- Pals, D. (2014). *Nine theories of religion* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Shusterman, R. (2008). Art and religion. *The Journal of Aesthetic Education*, 42(3), 1–18. <https://doi.org/10.1353/jae.0.0013>
- Taylor, E. (2023). *Primitive culture* (Vol. 1). Anatiposi Verlag.

References

- Aurelius Augustinus. (2015). *Tvorinnia* [Creation] (Vol. 2). Vydavnytstvo Ukrainскоi Pravoslavnoi Tserkvy Kyivskoho Patriarkhatu [in Ukrainian].
- Babushka, L. (2022). *Festyvatsiia yak komunikatyvnyi apropiator hlobalizatsiinykh interesiv u kulturotvorchomu prostori* [Festival as a communicative appropriator of globalization interests in the cultural space] [Monograph]. Lysenko M. M. <https://knmau.com.ua/wp-content/uploads/Larisa-Babushka-FESTIVATSIYA-YAK-KOMUNIKATIVNIJ-APROPRIATOR-GLOBALIZATSIJNIIH-INTERESIV.pdf> [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (1988). *Muzy na lozhe Prokrusta* [Muses on Procrustes' bed]. Mystetstvo [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (2008). *Mystetstvo: terminy ta poniattia* [Art: terms and concepts] (Vol. 1). Institute of Cultural Studies of the National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S. D. (2010). *Mystetstvo: terminy ta poniattia* [Art: terms and concepts] (Vol. 2). Institute of Cultural Studies of the National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S., Blinov, O. A., Brovko, M. M., Voloshchenko, O. M., & Harashchenko, L. P. (2000). *Na mezhi tysiacholit: khrystyianstvo yak fenomen kultury* [On the verge of millennia: Christianity as a cultural phenomenon]. International Institute of Linguistics and Law [in Ukrainian].
- Bosman, F. G. (2020). When art is religion and vice versa. Six perspectives on the relationship between art and religion. *Perichoresis*, 18.3, 3–20. <https://doi.org/10.2478/perc-2020-0013> [in English].
- Frazer, J. G. (1998). *The Golden Bough: A Study in Magic and Religion*. Oxford University Press [in English].
- Krypchuk, M. (2023). Symvol u suchasnomu naukovomu dyskursi [A symbol in modern scientific discourse]. In L. P. Boiko (Ed.), *Kultura i mystetstvo XXI stolittia: poliloh suchasnoi humanitarystyky* [Culture and art of the 21st century: polylogue of modern humanitarian studies] (pp. 442–449). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].
- Murray, M. J. (2010). The Evolution of Religion: Adaptationist Accounts. In M. Y. Stewart (Ed.), *Science and Religion in Dialogue* (pp. 437–457). Wiley-Blackwell [in English].
- Pals, D. (2009). *Introducing religion: readings from the classic theorists*. Oxford University Press [in English].
- Pals, D. (2014). *Nine theories of religion* (3rd ed.). Oxford University Press [in English].
- Shusterman, R. (2008). Art and religion. *The Journal of Aesthetic Education*, 42(3), 1–18. <https://doi.org/10.1353/jae.0.0013> [in English].
- Sovhyra, T. (2021). *Rol tekhniky ta tekhnolohii u mystetstvi* [The role of technique and technology in art] [Monograph]. Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].
- Taylor, E. (2023). *Primitive culture* (Vol. 1). Anatiposi Verlag [in English].

ART AND RELIGION IN THE CULTURE-CREATIVE PROCESS: PRACTICES OF SYNCRISIS AND DIFFERENTIATION

Mykola Brovko

*DSc in Philosophy, Professor,
Scientific and Educational Institute,
Kyiv National University of Cultural and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-3703-9414
e-mail: brovko-mm@ukr.net*

The aim of the article is to explore the essential parameters of art and religion synthesis as active forms of spirituality in the cross-cultural realities of contemporary human existence. To analyse the causes and consequences of the specific historical circumstances of the periodicity of syncretism and differentiation of art and religion emergence. *Research results.* Value potential of the essential parameters of the relationship between art and religion in the context of the subject-practical field of culture creation has been clarified. The transgressive processes of practices of syncretism and differentiation of art and religion in the cultural and historical context are revealed. The study shows that the aesthetic and the magico-ritual, respectively, the religious, go hand in hand as two sides of the same spiritual and utilitarian relation. Obviously, there is a difference, a differentiation between them, and in the further cross-cultural process, these two forms are distinguished into independent types of spiritual and practical activity, although, from the moment of their emergence, they have been integrated rather than differentiated. *The scientific novelty* of the research results lies in the fact that for the first time, syncretic and differential practices of synthesis of religion and art are analysed both in the focus of the cultural and historical context and in the non-classical and post-non-classical paradigm of contemporary culture. *Conclusions.* It has been found that the interaction of art and religion in the contextual and subject realities (historical) produces multiple forms of practice, in particular, from syncretism to differentiation, and vice versa (for example, current trends of syncretism, in particular in the field of cultural studies). Comprehension of the essential parameters of the problem of the relationship between art and religion is possible through the prism of analysing the spiritual involvement of art in the subject-practical field of creation, determining its axiological potential. The study of the regularities of the relationship between art and religion leads to the development of culture-creating mechanisms for the influence of these two forms of spirituality on the consciousness, well-being, and values choice of a modern person.

Keywords: art; religion; cultural creation; syncretism; differentiation; practices; value



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293699
УДК 27-535:008]:78.071.1(439)

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДУХОВНОЇ ТВОРЧОСТІ ФЕРЕНЦА ЛІСТА

Євгенія Бейник

Аспірантка,
Одеська національна музична академія
імені А. В. Нежданової,
Одеса, Україна
ORCID: 0000-0001-5744-5594
e-mail: ejenybeunik@gmail.com

Для цитування:

Бейник, Є. (2023). Культурологічні особливості духовної творчості Ференца Ліста. *Питання культурології*, 42, 34–43. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293699>

Мета статті — розглянути духовні твори Ференца Ліста, присвячені фрагментам Страсної седмиці, виявити християнські світоглядні мотиви в композиціях зазначеного типу; окреслити культурологічні особливості духовної творчості композитора. *Результати дослідження* спираються на вивчення інтонаційного підходу школи Б. Асаф'єва в Україні, продемонстроване у працях Д. Андросової, О. Маркової, О. Муравської, О. Рощенко, О. Сокола. Зокрема, висвітлені матеріали є підґрунтям для подальших досліджень культурних традицій духовних творів Ф. Ліста. Виявлено, наскільки у творчості композитора музика церковного вжитку втілюється у світській інструментальній сфері. *Наукова новизна*. Вперше в Україні з культурологічного погляду розглядаються рідкісні композиції Ференца Ліста, присвячені фрагментам Страсного тижня. Виділена конкретика духовних ідей Ф. Ліста за їх втіленням у зазначених фортепіанних духовних творах пізнього періоду творчості композитора. *Висновки*. Творчість Ф. Ліста становить високу культурну цінність, а його духовні твори охоплюють як написані для церкви, так і позацерковні композиції. Огляд духовних творів Ференца Ліста для фортепіано, присвячених фрагментам Страсної седмиці, дав змогу дійти висновків, що церковна тематика збагачується надбаннями світської сфери композитора, яка живиться духовною тематикою більшою мірою, ніж заведено зазначати стосовно спадщини Ф. Ліста. Вибір текстів Страсної седмиці для фортепіанного циклу вказує на смислову ієрархію духовно-світського, де першому належить настановна, смисловий базис у цілому. Показовим щодо цього є планування «Фауста» за Н. Ленау, де перший епізод «Нічна хода» («Der nächtliche Zug») з його літературною програмністю втілений за зразком гімну, присвяченого прославленню Святих Дарів, який у церковному побуті виконується виключно в період Страсної седмиці.

Ключові слова: музична культура; антифони для фортепіано; духовна музика; духовна культура; музичний жанр; респонсорії для фортепіано; стиль у музиці; Страсна седмиця; Ференц Ліст

Вступ

Музика нерозривно пов'язана з контекстом, в якому вона створюється, споживається і викладається, а взаємозв'язок між музикою, суспільством і культурою досліджувався протягом багатьох десятиліть. Вивчення духовних цінностей, їхнього виробництва та споживання особливо гостро постає в період пошуку нових культурних засад. На сучасному етапі розвитку музична культура відіграє значну роль у формуванні свідомості членів суспільства, окремих соціальних груп і спільнот. Акумулюючи і транслюючи цінності, музична культура впливає на розвиток усієї духовної культури соціуму.

Незалежно від того, чи розважає музика, чи відіграє важливу роль у церемоніальних ритуалах, її неможливо відокремити від середовища, в якому вона існує. Вивчення культурологічних особливостей духовних творів важливе для суспільства, адже в межах церковної культури створювалися високі художні цінності, закладалися підвалини професійного музичного мистецтва, формувалися стилістичні напрями, творчі школи, музичні жанри та форми.

Духовні твори Ференца Ліста (1811–1886) становлять вагому частину світового культурного спадку. Митець увійшов в історію музичного мистецтва не тільки як артист і композитор, а і як музикант, що володів унікальною ерудицією в усіх галузях художньої творчості, філософії, історії та ін. Його знання слугували тим контекстом, у якому народжувалися задуми. Останніми роками творчість композитора має попит як з боку музикознавців, так і виконавців. Можливо, це пов'язано з новим витком затребуваності романтичного мистецтва в епоху раціоналізму та комп'ютеризації, зростанням інтересу до релігійної тематики, що стало передумовою вивчення та виконання духовних творів вітчизняних і західноєвропейських композиторів.

Аналіз попередніх досліджень

Творчість Ференца Ліста становить високу культурну цінність. Кожне покоління дослідників вивчає духовну спадщину, значну частину якої складають фортепіанні твори. Але досліджуючи пізній період творчості композитора, у якому переважала духовна музика, ми виявили, що мало уваги приділяється вивченню його духовної фортепіанної музики. Майже не було спроб визначити, наскільки у творчості композитора музика церковного вжитку втілюється у світській інструментальній сфері. Не було спроб класифікувати духовні фортепіанні твори за тематикою запозичень церковних жанрових моделей. Здебільшого увагу науковців привертала новаційні здобутки Ф. Ліста в художньо-естетичній сфері (монографії Й. Каппа, Т. Уолкера та ін.), водночас духовні та церковні твори композитора опановувалися як периферійне коло лістівських надбань. Тільки в роботах Б. Сабольчі, дослідженні фортепіанних і хорових композицій, презентованих працями Д. Андросової (2014), О. Шпак (2010) та інших науковців, знайшла відображення спрямованість на духовні композиції Ф. Ліста, особливо показо-

ві для пізніх творів митця. Вивчення творчості композитора в контексті епохи, зокрема його духовної музики, відбувалося на основі досліджень Б. Сабольчі (Szabolcsi, 1956), П. Меррика (Merrick, 2008), О. Муравської (2017), А. Уолкера (Walker, 1997), Т. Лі (Lee, 2016). Дослідження інтонаційного аспекту музики здійснювалося за роботами послідовників Б. Асаф'єва (2023): Д. Андросової (2014), О. Маркової (2012), О. Рощенко (Roshcsenko, 2020), О. Сокола (2013). Матеріали щодо церковного вжитку — О. Шевчук і О. Зосім (2006), Б. Бранда і Б. Ротенберга (Brand & Rothenberg, 2016), Д. Хілей (Hiley, 1993), Дж. Хесберта (Hesbert, 1968). У цьому дослідженні виділені духовні твори Ф. Ліста, присвячені фрагментам Страсної седмиці.

■ Мета статті

Мета статті — розглянути та дослідити духовні твори Ференца Ліста, присвячені фрагментам Страсної седмиці, виявити християнські світоглядні мотиви в композиціях зазначеного типу; окреслити культурологічні особливості духовної творчості композитора.

■ Результати дослідження

Пізній період творчості Ференца Ліста умовно починається в 60-х роках XIX ст. і триває до кінця життя композитора. У 1860 році композитор переїжджає до Рима, де поринає в роботу над духовною музикою і пише багато творів церковного спрямування. Музика Ф. Ліста цього періоду здебільшого має глибоко-релігійний характер. Композитор писав музику для церкви, яка складала суттєву частину його надбання цього періоду.

У цей час народжується ораторія «Легенда про святу Єлисавету» для солістів, хору та оркестру — монументальний духовний твір Ф. Ліста, написаний за мотивами фресок М. фон Швінда, присвячених життю Святої Єлисавети — покровительки Угорщини та Тюрингії, з лібрето Отто Рокетта. Ораторію прийняли схвально та часто виконували за життя композитора і в Німеччині, і в Угорщині. Наступна ораторія «Христос» для солістів, змішаного хору, оркестру та органу написана на біблійні тексти, розповідає про події земного життя, смерть і воскресіння Христа і була прихильно сприйнята королем Людвігом II, якому вона нагадала традиційну баварську містерію. Також композитор пише меси, псалми, духовні гімни. Крім музики, призначеної безпосередньо для служби в храмі, композитор також пише духовну музику для інструментальної світської сфери.

У 1860 році Ф. Ліст створив цикл респонсоріїв та антифонів для фортепіано, серед яких можна виділити твори, присвячені фрагментам Страсної седмиці. Страсний тиждень, що є квінтесенцією церковного року, — це винятковий період, насичений драматичними подіями. До тематики вищезгаданого періоду часто зверталися композитори, втілюючи ці жанри в музичній сфері вираження. «Страсті Матвія» Й. С. Баха — один із найбільш значущих і масштабних творів на цю тему й одна з найбільших ораторій епохи бароко, призначена для численного виконавського складу: для двох оркестрів, трьох хорів і солістів. До євангельських сюжетів Страсного тижня також звертається композитор епохи бароко Антоніо Кальдара, який створив 69 опер і безліч творів церковної музи-

ки. Він написав ораторії «La Passione di Gesù Cristo» («Страсті Ісуса Христа») та «Morte e Sepoltura di Cristo» («Смерть та поховання Христа»), інструментальні вступи до яких виконувалися й у концертних варіантах. Ораторія «Сім слів Спасителя на хресті» Йозефа Гайдна, яка розповідає про останні моменти земного життя Христа, повинна була виконуватися раз на рік, у Страсний тиждень. Ференц Ліст у своїй творчості також звертається до теми Страсної седмиці, створюючи цикл респонсоріїв та антифонів для фортепіано.

Респонсорії (2023) (пізньолат. *esponsorium*, від лат. *respondere* — відповідати) — жанр (форма) монодичних піснеспівів у католицькому офіції за текстовою основою Святого Письма (переважно Псалтирі) або його парафрази.

Антифон (грец. *αντίφωνος* — який звучить у відповідь) — спосіб почергового співу двох частин хору, що запозичено з практики старогрецької трагедії, який склав основу літургії у всіх християнських конфесіях. До української церкви антифонний спів увійшов через візантійську традицію, яку поглибили композитори М. Лисенко, К. Стеценко, М. Леонтович, С. Людкевич, Є. Станкович, М. Скорик, Л. Дичко та ін. в ораторіях, кантатах, операх (Кушка, 2020).

Респонсорії та антифони належать до *Tenebrae* (укр. темна ранкова). У католиків це метафоричне позначення трьох ранкових служб офіції Страсного тижня: Великого четверга, Великої п'ятниці та Великої суботи. Респонсорії мали значний попит у професійних композиторів. 27 текстів належать до старозавітних подій, серед них знаменні *Miserere* (50-й псалом), *Benedictus* (новозавітна Пісня Захарія) і старозавітні вірші з «Плачу пророка Єремії», так звані ламентации (лат. *Lamentations*) (Hiley, 1993).

В епоху бароко тексти пророка Єремії використовувалися французькими композиторами як специфічний жанр духовної позацерковної музики, що отримав назву *Leçons de Ténèbres* (букв. «читання в п'тьмі»). У цьому жанрі писали Марк-Антуан Шарпантьє, Франсуа Куперен, Мішель Рішар Делаланд, Мішель Корретт та інші французькі композитори другої половини XVII–XVIII ст. — в межах притаманного їм Галліканства.

Після реформ Другого Ватиканського собору (1962–1965) три дні на Страсному тижні стали називатися Великоднім триденням (лат. *triduum*), при цьому музичне оформлення тридення було суттєво спрощено, фактично знищено. З того часу *Tenebrae* стали історичним артефактом (*Leçons de Ténèbres*, n.d.).

З Великого четверга розпочинаються найзначніші події Страсного тижня. Цього дня звертаються до Євангельських подій, серед яких Таємна вечеря, таїнство Євхаристії. Ці євангельські події неодноразово надихали майстрів різних видів мистецтва на створення величних творів: Таємна вечеря зображена на гравюрі Альбрехта Дюрера, фресках Леонардо да Вінчі, Андреа дель Кастаньйо, Дірка Баутса, на картинах Тінторетто, Джотто ді Бондоне, Ніколя Пуссена, Якопо Бассано, Вільяма Блейка та ін.

Ференц Ліст створює духовний твір для фортепіано на тему фрагмента Страсного тижня — Великого четверга — «*Feria V in coena Domini. Maundy Thursday*». Музика світла й умиротворена, позбавлена драматизму. Твір можна зарахувати до ранньохристиянської релігійної естетики, яка характеризується особливою радістю, що символізує Божественне освячення. Ф. Ліст також

має духовний твір, присвячений тематиці Таємної вечери — мотет «O sacrum convivium!» («О священний пир!»), написаний 1884 р. для органа. Також композитор створив транскрипцію для фортепіано. Сюжетною основою твору є спогад про Таємну вечерю та встановлення Ісусом Христом таїнства Євхаристії. Для програми Ф. Ліст використовує текст Фоми Аквінського. Музика твору дуже виразна, композитор моделює історичний контекст Таємної вечери.

Страсна п'ятниця для вірян — найскорботніший день Страсного (Великого) тижня. Християни присвячують цей день згадці про страждання, смерть Ісуса Христа на хресті, зняття Його з хреста та поховання (Респонсорій, 2023). Цьому найтрагічнішому дню Страсного тижня присвячені шедеври багатьох майстрів — полотна Нікола Пуссена, Рембрандта Харменса ван Рейна, Пітера Пауля Рубенса, Мікеланджело де Караваджо, Рафаеля Санті, Поля Гогена, Тьєполо Джованні Баттіста, Ель Греко, Лукаса Кранаха Старшого, Джотто ді Бондоне, Ієроніма Босха, Тінторетто.

Ференц Ліст написав духовний твір для фортепіано, присвячений подіям Страсної п'ятниці — «Feria VI in Parasceve. Good Friday» («Страсна п'ятниця»). Він досить об'ємний для фортепіанної п'єси названого типу — триває понад 30 хвилин. Мелодія твору спокійна та медитативна, випромінює світлий характер, властивий більшості релігійних творів для фортепіано Ф. Ліста, попри те, що за біблійним сюжетом, Страсна п'ятниця — найтрагічніший і найдраматичніший день Великого тижня. Це вираження церковного розуміння величчя мучеництва, тому радість мучеництва тут постає як особлива святість і найвищий ступінь виявлення релігійності.

Такий світлий і ліричний характер має також твір композитора «Sabbato majoris hebdomadae. Holy Saturday» («Велика субота»), присвячений наступному дню Страсної седмиці. За біблійним сюжетом, це день поховання Ісуса Христа та перебування Його в Гробі. Радість мучеництва тут показана як особлива святість.

Нарівні з означеною тематикою композитор звертається й до іншої теми: цього ж року з'являється «In Officio defunctorum» — духовний твір, що належить до молитов за померлими, аналогічно реквієму, — цей твір написаний для фортепіано. «In Officio defunctorum» був написаний композитором після трагічної смерті його сина Даніеля у 1860 році під впливом «In Officio defunctorum», створеного на початку XVII ст. іспанським композитором епохи Відродження Томасом Луїсом де Вікторія. Ф. Ліст неодноразово звертався до траурної тематики: «Траурна гондола», «Похоронна прелюдія», «Траурна прелюдія та траурний марш», «Чардаш смерті», «Сумний степ», «Сірі хмари», «Фатум». Ця тематика фігурує й у третьому циклі твору «Роки мандрівок», у другому та в третьому «Мєфісто-вальсі» й в останній симфонічній поемі «Від колиски до могили» (1882).

На відміну від симфонічних поем, написаних у Веймарський період творчості композитора, остання поема «Від колиски до могили» не підкорюється принципам одночастини, а складається з трьох частин: «Колиска» («Die Wiege»), «Боротьба за існування» («Der Kampf ums Dasein»), «Могила, колиска потойбіччя» («Zum Grabe, die Wiege des zukunfftigen Lebens»). Ця поема є не лише симфонічним твором, а також належить і до фортепіанної спадщини композитора.

Ф. Ліст створив перекладення цієї поеми для фортепіано у дві й чотири руки (Hamburger, 2010).

Попри те, що в цей період релігійність Ф. Ліста очевидно посилюється, композитор спрямовується до самих витоків духовності та дедалі більше заглиблюється в церковну сферу, прагне досягти священницького чину. Але нарівні з релігійною тематикою наявними становляться і «мефістофельські» мотиви. У пізній період творчості митець створює Другий, Третій та Четвертий «Мефістовальс», «Багатель без тональності», «Мефісто-польки», «Нав'язливий чардаш». 1860 року поряд із вищепереліченими глибоко релігійними творами, присвяченими Страсній седмиці, композитор пише два епізоди з «Фауста» з програмою на текст австрійського поета Н. Ленау. Раніше композитор уже звертався до творчості Н. Ленау (балада «Три цигани»). Два епізоди з «Фауста» — «Нічна хода» («Der nächtliche Zug») і «Танець у сільському шинку» («Der Tanz in der Dorfschenke») — попри іншу програмність, взятю з літературної сфери, мають духовний характер сюжетного втілення й знаходяться в тісному зв'язку з релігійним початком. Перший епізод з симфонії «Фауст» за Н. Ленау — «Нічна хода», яка також належить до теми Страсного тижня, починається з теми Фауста, має похмурий характер і представлена групами інструментів, що низько звучать, — фаготами, віолончелями, контрабасами. На противагу їй наступна тема контрастна, що у валторні і в струнних та дерев'яно-духових інструментах імітує звучання природи. Це наслідування звуків природної досконалості, яка протиставляється темі Фауста. Копіювання звуків птахів передається за допомогою трелей і переливів у верхніх регістрах. Пізніше композитор широко представить імітацію співу та польоту птахів у своїй «Першій легенді» для фортепіано. До такого прийому вдається також французький композитор ХХ ст. О. Мессіан, відтворюючи спів птахів у таких творах: «Екзотичні птахи», «Пробудження птахів», «Каталог птахів».

У «Нічній ході» Ф. Ліста центральний розділ починається церковним дзвоном, який є провісником нічної ходи як частини богослужіння. В основу музики ходи Ф. Ліст поклав тему католицького хоралу «Range lingua gloriosi» («Оспівай мову»), текст якого був створений знаменитим церковним діячем ХІІІ ст. Фоною Аквінським. Багато в чому це фантазія на мелодію «Range Lingua. Range lingua» — католицький гімн, написаний Фоною Аквінським для свята Тіла Христового (лат. corpus christi; сучасна назва — Урочистість Пресвятого Тіла та Крові Христа). Гімн присвячений прославленню Святих Дарів, тобто Тіла й Крові Христових, що втілюються в хлібі й вині. Співають його також у Великий четвер, під час процесії перенесення Святих Дарів до особливої каплиці, де вони зберігаються до літургії Великої п'ятниці (Скрипник, 2018).

Існують також два григоріанські хорали на мелодію «Range lingua». Відомою є мелодія фригійського ладу з римської літургії, яка спочатку була частиною галліканського обряду. Початкові слова цього гімну були написані автором на зразок іншого відомого гімну «Range, lingua, gloriosi» / «Lauream certaminis» святого Венанція Фортуната, єпископа Пуатьє. Цей гімн присвячений Хресту Христовому й виконується в католицькому богослужінні у Страсний тиждень (Brand & Rothenberg, 2016).

Інципіт «Pange lingua gloriosi» / «Corporis mysterium» Фома Аквінський запозичив з більш древнього гімну «Pange lingua gloriosi // Proelium certaminis [en]», автором якого, згідно з церковним переказом, був єпископ Венанцій Фортунат. У традиційній (дореформеній) григоріаніці використовувалися дві схожі мелодійні версії гімну — першого і третього тонів. Найстаріші рукописи, що містять мелодію III тону, належать до XIII ст. В академічній музиці неодноразово зверталися до рядків гімну — мелодійні фрагменти першого рядка гімну (версія третього тону) взяв за основу своєї меси «Pange lingua» Жоскен Дебре, Томас Луїс де Вікторія написав дві обробки гімну – два мотети в техніці *alternatim*. Зустрічався мотив гімну й у творчості Й. С. Баха. Деякі дослідники вважають, що тема фіналу симфонії № 41 «Юпітер» В. А. Моцарта також зобов'язана зазначеному мотиву. Попри те, що композитор подбав, щоб обидва епізоди виконувалися разом, перший номер звучить порівняно рідко, а другий епізод набув широкої популярності. Його можна почути не лише в оркестровій версії, а й у фортепіанній. Ф. Ліст написав навіть дві фортепіанні версії — для сольного виконання і для виконання в ансамблі в чотири руки. У такий спосіб композитор переводить симфонічні знахідки в фортепіанну сферу вираження.

Отже, духовні твори Ф. Ліста охоплюють як написані для церкви (Коронаційна меса та ін.), так і позацерковні композиції. Фортепіанні духовні твори становлять низку позацерковних здобутків. Найбільше значення для творчості Ф. Ліста й усвідомлення його позиції склала симфонія «Фауст» за Н. Ленау, яка, на наш погляд, недооцінена в її оригінальності в характеристиках спадщини композитора в цілому. І, безумовно, квінтесенцією духовного фортепіанного надбання Ф. Ліста є твори, присвячені фрагментам Страсної седмиці, що висвітлюють суттєві події літургійної служби. Зауважимо, що саме тут використовуються автентичні духовні наспіви.

■ Висновки

Дослідження культурологічних особливостей духовних творів Ференца Ліста для фортепіано, присвячених фрагментам Страсної седмиці, дало змогу дійти висновків, що церковна тематика збагачується надбаннями світської сфери композитора, яка живиться духовною тематикою більшою мірою, ніж заведено зазначати стосовно спадщини Ф. Ліста. Вибір текстів Страсної седмиці для фортепіанного циклу вказує на смислову ієрархію духовно-світського, де першому належить настанова, смисловий базис у цілому. Показовим щодо цього є планування «Фауста» за Н. Ленау, де перший епізод «Нічна хода» («Der nächtliche Zug») з його літературною програмністю втілений за зразком гімну, присвяченого прославленню Святих Дарів, який у церковному побуті виконується виключно в період Страсної седмиці.

■ Список посилань

Андросова, Д. (2014). *Символізм и поликлавирность в фортепианном исполнительстве XX в.* [Монографія]. Астропринт. <https://odma.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/androsova.pdf>

- Асаф'єв Борис Володимирович. (2021, 11 лютого). В *Велика українська енциклопедія*. <https://urlc.net/wPau>
- Кущка, Н. М. (2020, 08 травня). Антифон. В *Велика українська енциклопедія*. <https://vue.gov.ua/Антифон>
- Маркова, Е. Н. (2012). *Проблеми музикальної культурології*. Астропринт.
- Муравська, О. В. (2017). *Східнохристиянська парадигма європейської культури і музика XVIII-XX століть* [Монографія]. Астропринт. <https://odma.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/muravska.pdf>
- Респонсорій (2023, 9 квітня). В *Вікіпедія*. <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B9>
- Скрипник, Г. (Ред.). (2018). *Українська музична енциклопедія* (Т. 5). Видавництво ІМФЕ.
- Сокол, О. (2013). *Виконавчі ремарки, образ світу і музичний стиль*. Астропринт.
- Шевчук, О., & Зосім, О. (2006). Антифон. В *Українська музична енциклопедія* (Т. 1, с. 76–77). Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Т. Рильського НАН України.
- Шпак, Г. С. (2010). Эстетические и религиозно-философские взгляды Ф. Листа в контексте духовных исканий романтизма. *Музичне мистецтво і культура*, 11, 287–300.
- Brand, B., & Rothenberg, D. (Eds.). (2016). *Music and Culture in the Middle Ages and Beyond: Liturgy, Sources, Symbolism*. Cambridge University Press.
- Hamburger, K. (2010). *Liszt Ferenc zenéje*. Balassi Kiadó.
- Hesbert, J. (1968). *Corpus antiphonalium officii* (Vol. 3: Invitatoria et antiphonae). Herder.
- Hiley, D. (1993). *Western Plainchant*. Clarendon Press. https://epub.uni-regensburg.de/25558/1/ubr12760_ocr.pdf
- Leçons de Ténèbres. (n.d.). In *Wikipédia* https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Le%C3%A7ons_de_T%C3%A9n%C3%A8bres
- Lee, T. (2016). *Evocations of Nature in the Piano Music of Franz Liszt and the Seeds of Impressionism* [Doctoral Dissertation, University of Washington]. https://digital.lib.washington.edu/researchworks/bitstream/handle/1773/36781/Lee_washington_0250E_16125.pdf
- Merrick, P. (2008). *Revolution and Religion in the Music of Liszt*. Cambridge University Press.
- Roshcsenko, O. G. (2020). The wreath of romantic fragments. Dante and Liszt. In *Musical art: historical and theoretical discourse* (pp. 42–60). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-198-8/42-60>
- Szabolcsi, B. (1956). *Liszt Ferenc estéje*. Zeneműkiadó Vállalat.
- Walker, A. (1997). *Franz Liszt: The Final Years, 1861–1886*. Cornell University Press.

References

- Androsova, D. (2014). *Simvolizm i poliklavirnost v fortepiannom ispolnitelstve XX v.* [Symbolism and polyclavier in the piano performance of the twentieth century] [Monograph]. Astroprint. <https://odma.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/androsova.pdf> [in Russian].
- Asafiev Borys Volodymyrovych [Boris Vladimirovich Asafiev]. (2021, February 11). In *Velyka ukrainska entsyklopediia* [The Great Ukrainian Encyclopedia]. <https://urlc.net/wPau> [in Ukrainian].

- Brand, B., & Rothenberg, D. (Eds.). (2016). *Music and Culture in the Middle Ages and Beyond: Liturgy, Sources, Symbolism*. Cambridge University Press [in English].
- Hamburger, K. (2010). *Liszt Ferenc zenéje* [The music of Franz Liszt]. Balassi Kiadó [in Hungarian].
- Hesbert, J. (1968). *Corpus antiphonarium officii* (Vol. 3: Invitatoria et antiphonae). Herder [in English].
- Hiley, D. (1993). *Western Plainchant*. Clarendon Press. https://epub.uni-regensburg.de/25558/1/ubr12760_ocr.pdf [in English].
- Kushka, N. M. (2020, May 8). Antyfon [Antiphon]. In *Velyka ukrainska entsyklopediia* [Great Ukrainian Encyclopedia]. <https://vue.gov.ua/Антифон> [in Ukrainian].
- Leçons de Ténèbres [Lessons of Darkness]. (n.d.). In *Wikipédia*. https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Le%C3%A7ons_de_T%C3%A9n%C3%A8bres [in French].
- Lee, T. (2016). *Evocations of Nature in the Piano Music of Franz Liszt and the Seeds of Impressionism* [Doctoral Dissertation, University of Washington]. https://digital.lib.washington.edu/researchworks/bitstream/handle/1773/36781/Lee_washington_0250E_16125.pdf [in English].
- Markova, E. N. (2012). *Problemy muzykalnoi kulturologii* [Problems of musical culturology]. Astroprint [in Russian].
- Merrick, P. (2008). *Revolution and Religion in the Music of Liszt*. Cambridge University Press [in English].
- Muravska, O. V. (2017). *Shhidnochrystyianska paradyhma yevropeiskoi kultury i muzyka XVIII-XX stolit* [The Eastern Christian paradigm of European culture and music of the XVIII-XX centuries] [Monograph]. Astroprint. <https://odma.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/muravska.pdf> [in Ukrainian].
- Responsory. (2023, April 9). In *Wikipedia*. <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B9> [in Ukrainian].
- Roshcsenko, O. G. (2020). The wreath of romantic fragments. Dante and Liszt. In *Musical art: historical and theoretical discourse* (pp. 42–60). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-198-8/42-60> [in English].
- Shevchuk, O., & Zosim, O. (2006). Antyfon [Antiphon]. In *Ukrainska muzychna entsyklopediia* [Ukrainian musical encyclopedia] (Vol. 1, pp. 76–77). Rylsky Institute of Art Studies, Folklore and Ethnology [in Ukrainian].
- Shpak, G. S. (2010). Esteticheskie i religiozno-filosofskie vzgliady F. Lista v kontekste dukhovnykh iskanii romantizma [Aesthetic and religious-philosophical views of F. Liszt in the context of spiritual quests of Romanticism]. *Music art and culture*, 11, 287–300 [in Russian].
- Skrypnyk, H. (ed.). (2018). *Ukrainska muzychna entsyklopediia* [Ukrainian musical encyclopedia] (Vol. 5). Rylsky Institute of Art Studies, Folklore and Ethnology [in Ukrainian].
- Sokol, O. (2013). *Vykonavchi remarky, obraz svitu i muzychnyi styl* [Executive remarks, image of the world and musical style]. Astroprint [in Ukrainian].
- Szabolcsi, B. (1956). *Liszt Ferenc estéje* [The evening of Ferenc Liszt]. Zeneműkiadó Vállalat [in Hungarian].
- Walker, A. (1997). *Franz Liszt: The Final Years, 1861–1886*. Cornell University Press [in English].

CULTURAL PECULIARITIES OF FRANZ LISZT'S SPIRITUAL WORK

Yevheniia Beinyk

PhD student,

A. V. Nezhdanova Odesa National Academy of Music,
Odesa, Ukraine

ORCID: 0000-0001-5744-5594

e-mail: ejenybeunik@gmail.com

The aim of the article is to examine the spiritual works of Franz Liszt, dedicated to fragments of Holy Week, identify Christian worldview motifs in compositions of this type; outline the cultural features of the composer's spiritual work. *The results of the research* are based on the study of the intonation approach of B. Asafiev school in Ukraine, demonstrated in the works of D. Androsova, O. Markova, O. Muravska, O. Roshchenko, and O. Sokol. In particular, the highlighted materials are the basis for further research into the cultural traditions of F. Liszt's spiritual works. The author reveals the extent to which the composer's music for church use is embodied in the secular instrumental sphere. *Scientific novelty*. For the first time in Ukraine, the rare compositions of Franz Liszt, dedicated to fragments of Holy Week, are considered from a cultural perspective. The specifics of F. Liszt's spiritual ideas are highlighted in terms of their embodiment in the mentioned piano spirituals of the late period of the composer's work. *Conclusions*. F. Liszt's works are of high cultural value, and his spiritual compositions include both those written for the church and those created for non-church purposes. A review of Franz Liszt's spiritual works for piano, dedicated to fragments of Holy Week, has led to the conclusion that the church theme is enriched by the achievements of the composer's secular sphere, which is nourished by spiritual themes to a greater extent than is usually noted in relation to Liszt's legacy. The choice of Holy Week texts for the piano cycle indicates the semantic hierarchy of the spiritual and secular, where the former is the instruction, the semantic basis in general. The planning of N. Lenau's "Faust" is illustrative in this regard, where the first episode, "Der nächtliche Zug" ("The Midnight Procession"), with its literary programming, is modeled on the hymn dedicated to the glorification of the Holy Gifts, which is performed in church life exclusively during the Holy Week.

Keywords: musical culture; antiphons for piano; sacred music; spiritual culture; musical genre; responsories for piano; style in music; Holy Week; Franz Liszt



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293702

УДК 061.2:323.23]:316.7

ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Тетяна Ковальова

Аспірантка,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID: 0009-0009-8097-3147
e-mail: kovalova_t@knukim.edu.ua

Для цитування:

Ковальова, Т. (2023). Громадська діяльність як засіб розвитку культури суспільства: вітчизняний і закордонний досвід. *Питання культурології*, 42, 44–56. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293702>

Мета статті — дослідити діяльність громадських діячів і особливості розвитку громадських об'єднань. Розкрити взаємодію між громадськими організаціями та суспільством. Проаналізувати форми підтримки громадських організацій та їх представників в Україні та світі. Виявити інструменти підтримки громадської діяльності задля досягнення кращих результатів взаємодії громадських організацій і суспільства. У *результаті дослідження* виявлено, що в Україні, як і в багатьох країнах Європи, приділяється велика увага фінансовій підтримці громадських організацій і тільки в деяких країнах (Велика Британія, Польща) береться до уваги внесок діяльності цих організацій. Матеріали дослідження можуть бути підґрунтям для подальших наукових розвідок, зокрема вивчення громадської діяльності, її впливу на культурний розвиток суспільства та трансляцію культурних цінностей і традицій. *Наукова новизна*. Проведено культурологічне дослідження терміна «громадський діяч», здійснено детальний аналіз впливу громадської діяльності на розвиток культури суспільства, формування громадської думки та соціальних проявів громадськості. Розглянуто освітні платформи, спрямовані на навчання та підтримку громадських лідерів. Проаналізовано законодавчі механізми для підтримки громадської діяльності. *Висновки*. Розглянуто поняття «громадський діяч» та окреслено його вплив на суспільство; виявлено, що цей термін стосується не лише особистої активності лідера, але й визначає важливу роль суспільства в розвитку його ідей і культурного самоусвідомлення. Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що саме взаємодія між громадськими об'єднаннями та громадськими діячами, незалежно від державного фінансування, створює умови для конструктивної взаємодії і формування громадської думки. Вплив цих об'єднань на розвиток культурного та соціального самоусвідомлення є ключовим чинником для досягнення суспільного блага.

© Ковальова Т., 2023

Стаття надійшла до редакції: 24.07.2023

Ключові слова: громадський діяч; громадська організація; лідер; культурне (соціальне) самоусвідомлення; соціокультурний розвиток

Вступ

На сучасному етапі розвитку суспільства значущою стає постать громадського діяча, зокрема вплив його активності на суспільство — від особистої активності до важливої ролі громади у формуванні культурного самоусвідомлення. Особлива увага приділяється незалежним громадським об'єднанням, які відіграють ключову роль у взаємодії з діячами та впливають на формування громадської думки. Висвітлюються аспекти, які визначають їхню роботу відзеркаленням європейського досвіду та запозиченням найкращих практик. Розкривається важливість підтримки розвитку як громадської діяльності в цілому, так і формування лідерства окремих представників громад. Взаємодія між громадськими об'єднаннями та діячами може суттєво впливати на соціокультурний розвиток суспільства, позначаючи важливий крок у формуванні стійких і взаємовигідних відносин у культурному розвитку суспільства.

Аналіз попередніх досліджень

Проводячи огляд публікацій, які стосуються окресленої теми, спираємося на праці вітчизняних науковців та аналітиків і закордонних дослідників. Так, у працях українських науковців Т. Сабадош (2013), В. Вовченко (2007), І. Скальської (2010), А. Надопта (2012), Т. Підлісної (2021), Т. Сивак (2014) досліджується роль громадських діячів у розвитку соціуму, їхній вплив на способи комунікації з громадськістю та участь у становленні конкретних видатних персон. Л. Руженко (2013) розглядає формування громадської думки та її залежність від впливу лідера. Питання впливу громадських діячів на розвиток культури та їхньої взаємодії з культурними проектами привертають увагу науковців за кордоном. Зокрема, у дослідженнях здійснено культурологічний, соціологічний і політичний аналіз діяльності громадських лідерів. П. Томсон (Thomson, 2005) вивчає поняття «громадський інтелектуал» як особливий тип громадського діяча, який впливає на суспільні процеси та культурні дискурси; К. Вард (Ward, 2007) розглядає еволюцію поняття «громадський діяч» і його взаємозв'язок з вищою освітою та розвитком громадянської участі; М. Пітерс і А. Беслі (Peters & Besley, 2006) зосереджуються на ролі громадських діячів у формуванні та розвитку культури знань, зокрема в контексті освіти та розвитку; Дж. Александер і Ф. Сміт (Alexander & Smith, 2003) досліджують поняття «громадський діяч» у контексті культурної соціології та аналізу культурних процесів. У роботах зазначених авторів підкреслюється важливість розглядати роль громадських діячів у формуванні громадської думки як ключового чинника впливу на суспільні процеси та культурні дискусії. Цей вплив розглядається в широкому контексті відносин з політикою, соціумом і розвитком культури.

У роботі С. Безклубенка (2018) «Громадянське суспільство як продукт соціокультурного розвитку» викладено результати ґрунтовного дослідження терміна «громадська думка». Для аналізу стану державної підтримки громадської діяльності в Україні розглянуті аналітичні записки та доповіді експертів Національного

інституту стратегічних досліджень. До уваги взято ґрунтовні аналітичні записки щодо державного фінансування громадських організацій, зокрема дослідження закордонного досвіду та рекомендації щодо впровадження в Україні Д. Горелова (2012), Н. Пеліванової (2019) та Ю. Тищенко, О. Литвиненко, О. Михайлова, Ю. Каплан, Д. Горелов, О. Корнієвський, Г. Палій, Н. Пеліванова (2021).

Все вищезазначене дає змогу провести аналіз стану підтримки громадської діяльності, простежити її вплив на суспільство, а також окреслити їх взаємодію.

■ **Мета статті**

Мета статті — дослідити діяльність громадських діячів і особливості розвитку громадських об'єднань; розкрити взаємодію між громадськими організаціями і суспільством; проаналізувати форми підтримки громадських організацій та їх представників в Україні та світі; виявити інструменти підтримки громадської діяльності задля досягнення кращих результатів взаємодії громадських організацій і суспільства.

■ **Результати дослідження**

Поняття «громадський діяч» у наукових дослідженнях використовують у різних контекстах, а його сутність часто набуває різного трактування залежно від ідеологічної чи філософсько-культурологічної спрямованості досліджень. Зазвичай поняття «громадський діяч» характеризує особу, яка має значний вплив на громадські справи, політику, культуру, економіку або інші сфери життя. Громадські діячі можуть бути активістами, політиками, культурними діячами, бізнесменами, науковцями та ін.

В Україні також поширене поняття публічної особи (публічного діяча) та державного діяча, їх термінологія закріплена в правовому полі відповідними законодавчими актами. Проте поки немає чіткої законодавчої термінології, яка б визначала поняття громадських діячів і сутність їхньої діяльності.

Громадські діячі своєю діяльністю впливають на формування та розвиток громадської думки. Вираження громадської думки визначає відповідну позицію стосовно політичних фактів і подій, а також діяльності різних соціальних інститутів і державних діячів. Ця думка формує вимоги до механізмів розв'язання соціально-політичних проблем, що передбачає активну та ефективну співпрацю між представниками влади та інституціями, спільність підходів до вирішення завдань. Приймаючи демократично поради, вони сприяють спільному розв'язанню проблем, змушуючи політичний клас коригувати свої рішення та методи управління. Громадськість ухвалює рішення з питань політики, що мають обов'язковий характер, такі як вираження волі народу під час виборів або референдумів. У таких ситуаціях громада не лише надає мандат довіри конкретному лідеру, але також висловлює свої власні погляди. Громадська думка формується на основі розширеної інформації, яка охоплює думки, судження, переконання, ідеології, а також чутки, плітки та можливі помилки (Руженко, 2013).

Суспільство вважає громадську думку важливою у своїй соціальній ролі, яка може проявлятися в різних функціональних аспектах, таких як соціалізаційна, оцінювальна та аналітична, конструктивна і деструктивна, регулятивна і кон-

трольна, настановча, консультативна або виховна тощо. Ці різноманітні функції громадської думки взаємодіють та реалізуються під час її функціонування.

Соціалізаційна функція громадської думки пов'язана з розвитком і самореалізацією людини, яка засвоює та відтворює культуру суспільства. Регулятивна функція громадської думки визначається формуванням і впровадженням норм суспільних відносин, регулюючи взаємини між індивідами, групами та суспільством. Громадська думка оголошує рішення громади, регулює поведінку та діяльність, підтримуючи або відкидаючи уявлення, норми та цінності.

Громадська думка — це інтегрована позиція великої кількості людей, часто це більшість або навіть всі члени громади. Громадська думка знаходить своє виявлення в багатьох сферах суспільного життя, регулюючи морально-виховну роботу та визначаючи політичний вектор розвитку суспільства (Безклубенко, 2018).

Так, активна участь громадських організацій здійснює значний внесок у формування громадської думки. Напрямок розвитку цієї думки визначається великою мірою лідерами громадських організацій та окремими громадськими діячами. З одного боку, громада визначається вибором діяча, який може сприяти втіленню суспільно важливих проєктів. З іншого боку, особистості з лідерськими якостями та внутрішньою потребою у змінах спрямовують і стимулюють громаду для досягнення суспільного добробуту.

Лідер громади — це термін, часто використовуваний у вторинних джерелах, таких як ЗМІ, для опису особи, яка вважається представником і визначальною постаттю спільноти. Простий спосіб розуміти лідерство громади — це бачити його як керівництво всередині, для і від громади. Хоча громада часто асоціюється з місцевістю, вона також може відображати спільні вектори інтересів та цілей (Anderson et al., 2001).

Загальна ідея лідерства може бути представлена в громаді та відображати інтереси спільноти, пов'язані з місцем її розташування. Здебільшого це взаємодія місцевих волонтерів, підприємств та уряду, спрямована на ефективне функціонування місцевого самоврядування завдяки використанню та залученню регіональних державних ресурсів, професійних навичок і підприємницького досвіду, а також енергії місцевої громади (Australian Centre, 2011).

Зазвичай лідери громади не є можновладцями і не обіймають офіційних посад, тобто рідко мають законні повноваження. Проте ЗМІ та поліція використовує їх як важливий канал для визначення загальних настроїв у конкретній громаді або як посередників між різними громадами та місцевою владою. Лідери громад беруть на себе відповідальність за добробут і покращення своїх громад. Часто такі лідери самі призначаються, і багато з них вчать, випробовуючи різні методи. Тому ефективними вважаємо спеціальні «школи», які б допомогли набувати необхідних навичок для лідерства.

У сучасному світі є потреба в більшій кількості громадських лідерів. Модель із єдиним лідером не ефективна для справжніх потреб громад. Розв'язання всіх складних проблем, з якими стикаються громади, не може бути покладено на одну-дві особи. З більшою кількістю громадських лідерів громади можуть досягти більшого успіху.

Чим більше людей беруть на себе роль лідера, тим більше проблем можна вирішити. Суспільство виграє, коли лідери громад дбають про різноманітні проблеми та об'єднують зусилля навколо них: культурний розвиток молоді, економічне зростання, протидія зловживанню психоактивними речовинами, боротьба зі злочинністю, охорона довкілля, охорона здоров'я та ін. Кожна проблема потребує команди кваліфікованих лідерів для її розв'язання.

Суспільству необхідні лідери серед жінок, молоді, людей з низьким рівнем доходу, осіб з обмеженими можливостями та представників інших груп, яким традиційно говорили, що їм необхідно підкорюватись, а не керувати. Для країни важливо мати лідерство, що представлено всіма верствами суспільства, щоб забезпечити справжню демократію. Тому лідерам громад важливо навчитися працювати разом і розвивати культуру таких взаємин, а також відмовитися від прагнення до влади, соціального статусу на користь досягнення цілей, які покращать життя спільноти.

У багатьох країнах світу, зокрема в європейських, є різні освітні платформи, спрямовані на навчання та підтримку громадських лідерів. Однією з таких ініціатив є «SI Leader Lab» — програма для лідерів громадянського суспільства, які прагнуть опанувати інноваційні інструменти та нові форми співпраці. На цій платформі під час онлайн-семінарів можна вдосконалити лідерські навички, вивчити методи захисту інтересів своєї організації та взаємодіяти з лідерами із 20 країн світу. Завершальною подією програми є інтенсивний тиждень навчання в Стокгольмі. Ініціатива надається Шведським інститутом, представляючи одну з тисяч можливостей для України (House of Europe, n.d.).

Програма «SI Leader Lab» не лише надає можливість навчання відповідальним лідерським практикам, але й створює унікальне середовище для побудови міжнародних партнерств. Учасники отримують змогу обмінюватися ідеями, розширювати мережу зв'язків і знаходити спільні рішення на перехресті світових викликів. Проект не лише сприяє розвитку конкретних навичок учасників, але й впливає на розвиток глобальної громадської ініціативи. Його цінність полягає у створенні умов для обміну кращими практиками, вирішенні спільних завдань і підтримці громадянського активізму в усьому світі.

Програма «Лідери Європи Фонду Обама» визначається як інноваційна та цінна ініціатива для розвитку лідерства в різних сферах, що об'єднує громадських діячів, представників уряду та приватного сектору. Основні цілі програми — надихати, розширювати можливості та об'єднувати нових лідерів з різних частин Європи, щоб спільно працювати над вирішенням складних викликів.

Протягом шести місяців учасники програми беруть участь у віртуальних заходах, таких як вебінари, тренінги з розвитку навичок, а також долучаються до різних спільнот, відвідують культурні події. Це середовище сприяє формуванню нового покоління лідерів, які володіють не лише високими лідерськими навичками, а й глибоким зобов'язанням до спільного блага. Програма проекту також передбачає спеціальні семінари, які допомагають лідерам визначати та активізувати свої особисті цінності, вирішувати розбіжності, використовувати інклюзивні форми влади та розвивати навички для адаптивного лідерства в довгостроковій перспективі.

Одним із ключових елементів програми є можливість для учасників взаємодіяти віртуально в невеликих групах і проводити приватні бесіди для побудови глибоких і тривалих стосунків, що сприятимуть їхньому лідерському шляху. Окрім того, захоплива серія віртуальних культурних подій, таких як живі виступи та бесіди з митцями та творчими особистостями, створює сильний дух спільноти та підтримки серед учасників програми (Leaders Europe 2022, n.d.).

Для розвитку лідерських якостей важливою стає можливість обмінюватися знаннями та накопичувати досвід експертів задля розв'язання спільних проблем (Si. Swedish Institute, n.d.). В українських реаліях підтримка громадських організацій не досягає того рівня, що спостерігається в Європі. Однак, попри всі нюанси, є законодавчі механізми для підтримки громадської діяльності.

У 2012 році відділ політичних стратегій провів комплексне дослідження державного фінансування громадських організацій, аналізуючи закордонний досвід і рекомендації щодо впровадження в Україні. Результати цього дослідження були представлені в аналітичній записці, де було розглянуто основні форми та механізми державного фінансування громадських організацій у розвинутих європейських державах. На основі аналізу відповідних моделей та успішних прикладів окремих країн щодо взаємодії органів влади з громадськими організаціями було запропоновано низку рекомендацій для впровадження в українську практику.

Рішенням Президента України у березні 2012 року була схвалена Стратегія державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства. Це стало важливим кроком для цілісного підходу до формування політико-правової основи взаємодії інститутів держави з громадськими організаціями. У 2013 та 2015 роках були внесені зміни до механізмів реалізації цієї Стратегії (Президент України, 2012). У вересні 2021 року була затверджена Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 роки (Президент України, 2021).

В європейській практиці є документи, які визначають політику співробітництва між державним і недержавним секторами, відображаючи позицію держави та створюючи основу для конструктивної взаємодії з громадськими організаціями. Фінансування виявляється ключовим аспектом у цих документах, включаючи зобов'язання прийняття кодексу оптимальної практики фінансування, різні механізми для підтримки громадського сектору та систему оподаткування, яка стимулює діяльність цього сектору.

Державна політика фінансування громадських організацій визначається ставленням держави до громадських організацій як партнера розвитку суспільства. Ця політика супроводжується системою державної підтримки на рівні загальнодержавної політики, урядових документів чи двосторонніх договорів.

Англосаксонська модель (Велика Британія та частково Нідерланди) передбачає активну участь громадських організацій у наданні соціальних послуг та їх незалежність від держави, що дає змогу їм відстоювати громадські інтереси. У скандинавській моделі держава є основним постачальником послуг, а громадські організації виконують лише представницькі функції, при цьому рівень державного фінансування залишається низьким, як порівняти з іншими країнами

(25–35 %). Так, державна підтримка громадських організацій визначається ставленням держави до третього сектору та їхньою роллю у розвитку суспільства (Горелов, 2012).

В країнах Середземномор'я та Центрально-Східної Європи склалася модель з низьким державним фінансуванням, політичним впливом на фінансування та обмеженим передаванням компетенцій громадським організаціям. Відсутність належних ресурсів у муніципалітетах для передачі організаціям громадянського суспільства є ще однією проблемою.

У країнах Європейського Союзу наявні два механізми державного фінансування громадських організацій: пряме з бюджету через субсидії, гранти, конкурсні закупівлі та оплату послуг; опосередковане через податкові пільги та участь у програмах державних закупівель.

Зазвичай країни мають законодавчий механізм для всіх учасників державних конкурсних закупівель, включаючи громадські організації. Державні служби можуть конкурувати з комерційними структурами за участі громадських організацій. Головним критерієм для державної підтримки громадських організацій є суспільна користь, яка визначається їхньою діяльністю на добробут суспільства та визнанням держави через пряму або опосередковану підтримку.

У Великій Британії використовується принцип «найкращої вартості» під час укладання контрактів на надання соціальних послуг, де важливими є ціна, якість та орієнтація на користувача. Принципи відшкодування витрат і задоволення користувачів також є важливими чинниками в оцінці якості послуг. Досвід фінансування громадських організацій в Європейському Союзі може стати корисним для вивчення та впровадження кращих практик в Україні, особливо в контексті співпраці між владою та громадським суспільством (Горелов, 2012).

Громадські організації та муніципальні установи, зокрема приватні компанії у Великій Британії, конкурують за можливість надавати послуги, демонструючи свою ефективність. Держава може підтримувати їх різними способами, і часто фінансування має велику вагу в конкурсних закупівлях.

Система фінансової підтримки громадських організацій у Німеччині ґрунтується на принципі субсидіарності, наголошуючи на пріоритеті приватних організацій і місцевих постачальників. Законодавство обмежує державні органи у створенні власних постачальників послуг, сприяючи розвитку асоціацій. У Німеччині також наявний широкий спектр фінансування громадських організацій на різних рівнях, включаючи загальнодержавний і місцевий бюджети.

В Угорщині та Хорватії держава передає право розпоряджатися коштами через автономні та державні фонди. Хорватія використовує лотерейні виграші для фінансування національного фонду розвитку громадянського суспільства, забезпечуючи стабільне фінансування протягом тривалого періоду. Унікальною є відсоткова схема в Угорщині, де платники податків можуть передавати 1 % податку відповідній громадській організації, сприяючи взаємодії між громадським сектором та суспільством.

Затвердження «Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні» та Закону України «Про громадські об'єднання» №4572 (Верховна Рада України, 2012) — великий крок до ефективної співпраці

між державою та громадянським суспільством. Пропонуємо розробити кодекс для деталізації фінансових питань, аналогічний практиці Великої Британії (кодекс оптимальної практики фінансування) та Хорватії (Code of good practice, 2007).

Згідно зі статтею 23 Закону України «Про громадські об'єднання» усі громадські об'єднання з юридичним статусом мають право на фінансову підтримку з державного бюджету України (Верховна Рада України, 2012). Зняття поділу за статусом є прогресивною новелою, відповідною європейській практиці.

Потрібно вдосконалити механізми податкового стимулювання громадських організацій, використовуючи європейські стандарти (за досвідом Німеччини та Великої Британії). Розглянути можливість впровадження статусу суспільно корисних організацій і створення відповідних податкових стимулів. Для розв'язання проблеми обмеженого доступу до довгострокового фінансування громадських організацій необхідні зміни до бюджетного кодексу, що уможливають державне фінансування через спеціально створені фонди, аналогічно досвіду Угорщини, Хорватії та Естонії (Горелов, 2012). Результати аналізу державної фінансової підтримки 2012 року також підтверджені та доповнені головним консультантом відділу етнонаціональних досліджень, реінтеграції та розвитку громадянського суспільства Національного інституту стратегічних досліджень Н. Пелівановою (2019).

Крім фінансової підтримки від держави, важливо акцентувати на потребі сприяння особистому розвитку громадських лідерів суспільства в цілому. Підвищення самосвідомості та розуміння громадського розвитку виявляється ключовим для загального культурного розвитку.

■ Висновки

Громадянське суспільство, перебуваючи в екзистенції, формує умови для виникнення лідерів у його колективі, шкільних клубах, місцевих і шкільних спортивних командах, у громадських організаціях, а також у місцевих молодіжних групах. Коли об'єднання та організації громадськості формуються на місцевому рівні, які не є наслідком дій державних органів, вони можуть самостійно визначати свою діяльність, незалежно від державного фінансування, і сприяти більш прозорій взаємодії з органами влади. Такі об'єднання можуть сприяти конструктивній взаємодії з урядовими інституціями для досягнення суспільного добробуту не лише у фінансовій сфері, але й у розвитку культурного і соціального самоусвідомлення.

Розглядаючи поняття «громадський діяч» та його вплив на суспільство, можливо зазначити, що цей термін стосується не лише особистої активності лідера, але й визначає важливу роль суспільства в розвитку його ідей і культурного самоусвідомлення. Саме взаємодія між громадськими об'єднаннями та громадськими діячами створює умови для конструктивної взаємодії і формування громадської думки. Позафінансовий вплив цих об'єднань на розвиток культурного і соціального самоусвідомлення є ключовим чинником для досягнення суспільного блага. Такий підхід дає змогу побудувати стійкі та взаємовигідні відносини між громадським суспільством і владними інституціями, що сприяє загальному розвитку та формуванню культурної життєздатної громади.

Список посилань

- Безклубенко, С. (2018). Громадянське суспільство як продукт соціокультурного розвитку. *Культурологічна думка*, 13(1), 24–36. https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD13_Bezklubenko.pdf
- Верховна Рада України. (2012, 22 березня). *Про громадські об'єднання* (Закон № 4572-VI). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>
- Вовченко, В. (2007). *Архівна спадщина кооператора, державної громадської діяча М. В. Левитського (1859–1936): історія, реконструкція, зміст* [Автореферат дисертації кандидата історичних наук, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського].
- Горелов, Д. (2012, 14 травня). *Державне фінансування громадських організацій: зарубіжний досвід та рекомендації щодо впровадження в Україні. Аналітична записка*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gromadyanske-suspilstvo/derzhavne-finansuvannya-gromadskikh-organizaciy-zarubizhniy>
- Надопта, А. (2012). Роль громадських, наукових організацій та церкви у формуванні та становленні українського етнографічного музейництва Галичини кінця XIX – 30-х рр. XX ст. *Народознавчі зошити*, 4(106), 758–774. <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/94785>
- Пеліванова, Н. (2019). Державне фінансування організацій громадянського суспільства: закордонний досвід та можливості впровадження в Україні. *Аналітична записка. Серія «Громадянське суспільство»*, 3, 1–9. <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-11/analit-pelivanova-civil-society-3-2019-.pdf>
- Підлісна, Т. (2021). Сучасні підходи до розвитку лідерства в органах публічної влади. *Право та державне управління*, 2, 158–164. <https://doi.org/10.32840/pdu.2021.2.24>
- Президент України. (2012, 24 березня). *Про Стратегію державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні та першочергові заходи щодо її реалізації* (Указ № 212/2012). Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/212/2012#Text>
- Президент України. (2021, 27 вересня). *Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки* (Указ № 487/2021). Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text>
- Руженко, Л. (2013). Демократичні механізми формування громадської думки як складова політичного розвитку. *Актуальні проблеми політики*, 48, 295–301. <http://hdl.handle.net/11300/2919>
- Сабадош, Т. (2013). Становлення А. Волошина як культурно-національного і громадського діяча. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18: Економіка і право*, 21, 137–142. <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23378/Sabadosh.pdf?sequence=>
- Сивак, Т. (2014). Консолідація дійових осіб публічної політики в процесі реалізації соціального проекту. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*, 14, 163–176. http://nbuv.gov.ua/UJRN/tpd_2014_14_13
- Скакальська, І. (2010). Вплив духовної еліти на суспільне, релігійне та культурно-просвітницьке життя Волині першої половини XX ст. *Волинські історичні записки*, 5, 77–80. <http://eprints.zu.edu.ua/4774/1/Skakalska.pdf>

- Тищенко, Ю., Литвиненко, О., Михайлова, О., Каплан, Ю., Горелов, Д., Корнієвський, О., Палій Г. О., Пеліванова, Н. (2021). *Стан розвитку громадянського суспільства в Україні: шлях протягом 30-ти років та ключові аспекти 2021 року*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2021.22>
- Alexander, J., & Smith, P. (2003). The strong program in cultural sociology: elements of a structural hermeneutics (with Philip Smith). In *The Meanings of social life: a cultural sociology* (pp. 11–26). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195160840.003.0011>
- Anderson, L., O'Loughlin, P., & Salt, A. (2001). *Community leadership programs in New South Wales*. NSW Premier's Department.
- Code of good practice, standards and benchmarks for the allocation of grants for programmes and projects of NGOs. (2007, February 2). *Official Gazette*, 88/01. https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/UserFiles/Code%20of%20good%20practice_SG-MDx3.pdf
- House of Europe. (n.d.). *SI Leader Lab 2023: programme for civil society leaders*. <https://houseofeurope.org.ua/en/opportunity/426>
- Leaders Europe 2022. (n.d.). *The Obama Foundation*. www.obama.org/programs/leaders/europe/2022
- Peters, J., & Besley, J. (2006). *Building knowledge cultures: education and development in the age of knowledge capitalism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Si. Swedish Institute. (n.d.). *SI Leader Lab – Connecting leaders in civil society*. <https://apply-leadership-programmes.si.se/courses/course/35-si-leader-lab-2023>
- Thomson, P. (2005). Globalizing the Rustbelt and Public Schools. *Counterpoints*, 280, 79–92. <http://www.jstor.org/stable/42979300>
- Ward, K. (2007). "Public intellectuals", geography, its representations and its publics. *Geoforum*, 38(6), 1058–1064. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2006.11.021>

References

- Alexander, J., & Smith, P. (2003). The Strong program in cultural sociology: elements of a structural hermeneutics (with Philip Smith). In *The Meanings of social life: a cultural sociology* (pp. 11–26). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195160840.003.0011> [in English].
- Anderson, L., O'Loughlin, P., & Salt, A. (2001). *Community leadership programs in New South Wales*. NSW Premier's Department [in English].
- Bezklubenko, S. (2018). Hromadianske suspilstvo yak produkt sotsiokulturnoho rozvytku [Civil Society as a Product of Socio-Cultural Development]. *The Culturology Ideas*, 13(1), 24–36. https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD13_Bezklubenko.pdf [in Ukrainian].
- Code of good practice, standards and benchmarks for the allocation of grants for programmes and projects of NGOs. (2007, February 2). *Official Gazette*, 88/01. https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/UserFiles/Code%20of%20good%20practice_SG-MDx3.pdf [in English].
- Horielov, D. (2012, May 14). *Derzhavne finansuvannia hromadskykh orhanizatsii: zarubizhnyi dosvid ta rekomendatsii shchodo vprovadzhennia v Ukraini. Analychna zapyska* [State funding of public organizations: foreign experience and recommendations for implementation in Ukraine. Analytical note]. National Institute for Strategic

- Studies. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gromadyanske-suspilstvo/derzhavne-finansuvannya-gromadskikh-organizaciy-zarubizhnyi> [in Ukrainian].
- House of Europe. (n.d.). *SI Leader Lab 2023: programme for civil society leaders*. <https://houseofeurope.org.ua/en/opportunity/426> [in English].
- Leaders Europe 2022. (n.d.). *The Obama Foundation*. www.obama.org/programs/leaders/europe/2022 [in English].
- Nadopta, A. (2012). Rol hromadskiykh, naukoviykh orhanizatsii ta tserkvy u formuvanni ta stanovlenni ukrainskoho etnografichnogo muzeinytstva Halychyny kintsia XIX - 30-kh rr. XX st. [The role of public, scientific organizations and the church in the formation and development of the Ukrainian ethnographic museology of Galicia at the end of the 19th - 30s of the 20th century]. *The Ethnology Notebooks*, 4(106), 758–774. <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/94785> [in Ukrainian].
- Pelivanova, N. (2019). Derzhavne finansuvannya orhanizatsii hromadianskoho suspilstva: zakordonnyi dosvid ta mozhlivosti vprovadzhennia v Ukraini [State financing of civil society organizations: foreign experience and opportunities for implementation in Ukraine]. *Analitichna zapyska. Serii "Hromadianske suspilstvo"*, 3, 1–9. <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-11/analit-pelivanova-civil-society-3-2019-.pdf> [in Ukrainian].
- Peters, J., & Besley, J. (2006). *Building knowledge cultures: education and development in the age of knowledge capitalism*. Rowman & Littlefield Publishers [in English].
- Pidlisna, T. (2021). Suchasni pidkhody do rozvytku liderstva v orhanakh publichnoi vlady [Modern approaches to leadership development in public authorities]. *Pravo ta derzhavne upravlinnia*, 2, 158–164. <https://doi.org/10.32840/pdu.2021.2.24> [in Ukrainian].
- President of Ukraine. (2012, March 24). *Pro Stratehiiu derzhavnoi polityky spryannia rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini ta pershocherhovi zakhody shchodo yii realizatsii* [On the Strategy of the state policy of promoting the development of civil society in Ukraine and priority measures for its implementation] (Decree №212/2012). Verkhovna Rada of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/212/2012#Text> [in Ukrainian].
- President of Ukraine. (2021, September 27). *Pro Natsionalnu stratehiiu spryannia rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini na 2021-2026 roky* [On the National Strategy for Promoting the Development of Civil Society in Ukraine for 2021-2026] (Decree №487/2021). Verkhovna Rada of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text> [in Ukrainian].
- Ruzhenko, L. (2013). Demokratychni mekhanizmy formuvannia hromadskoi dumky yak skladova politychnoho rozvytku [Democratic mechanisms of public opinion formation as a component of political development]. *Aktualni problemy polityky*, 48, 295–301. <http://hdl.handle.net/11300/2919> [in Ukrainian].
- Sabadosh, T. (2013). Stanovlennia A. Voloshyna yak kulturno-natsionalnogo i hromadskoho diiacha [Formation of A. Voloshyn as a cultural national and public figure]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Serii 18: Ekonomika i pravo*, 21, 137–142. <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23378/Sabadosh.pdf?sequence=> [in Ukrainian].
- Si. Swedish Institute. (n.d.). *SI Leader Lab – Connecting leaders in civil society*. <https://apply-leadership-programmes.si.se/courses/course/35-si-leader-lab-2023> [in English].

- Skakalska, I. (2010). Vplyv dukhovnoi elity na suspilne, relihiine ta kulturno-prosvitnytske zhyttia Volyni pershoi polovyny XX st. [The influence of the spiritual elite on the social, religious and cultural and educational life of Volyn in the first half of the 20th century]. *Volynski istorychni zapysky*, 5, 77–80. <http://eprints.zu.edu.ua/4774/1/Skakalska.pdf> [in Ukrainian].
- Syvak, T. (2014). Konsolidatsiia diiovykh osib publichnoi polityky v protsesi realizatsii sotsialnoho proektu [Consolidation of public policy actors in the implementation of the social project]. *Theoretical and applied issues of state building*, 14, 163–176. http://nbuv.gov.ua/UJRN/tppd_2014_14_13 [in Ukrainian].
- Thomson, P. (2005). Globalizing the Rustbelt and Public Schools. *Counterpoints*, 280, 79–92. <http://www.jstor.org/stable/42979300> [in English].
- Tyshchenko, Yu., Lytvynenko, O., Mykhaïlova, O., Kaplan, Yu., Horielov, D., Korniiievskyï, O., Palii H. O., Pelivanova, N. (2021). *Stan rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini: shliakh protiahom 30-ty rokiv ta kliuchovi aspekty 2021 roku* [The state of development of civil society in Ukraine: the path over 30 years and key aspects of 2021]. National Institute for Strategic Studies. <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2021.22> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2012, 22 bereznia). *Pro hromadski obiednannia* [On Public Associations] (Law №4572-VI). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> [in Ukrainian].
- Vovchenko, V. (2007). *Arkhivna spadshchyna kooperatora, derzhavnohoi hromadskoho diiacha M. V. Levytskoho (1859-1936): istoriia, rekonstruktsiia, zmist* [The archival legacy of the cooperator, state and public figure M. V. Levitskyi (1859-1936): history, reconstruction, content] [Abstract of PhD Dissertation, National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky] [in Ukrainian].
- Ward, K. (2007). "Public intellectuals", geography, its representations and its publics. *Geoforum*, 38(6), 1058–1064. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2006.11.021> [in English].

▪ PUBLIC ACTIVITY AS A MEANS OF DEVELOPING THE CULTURE OF SOCIETY: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

▪ Tetiana Kovalova

▪ PhD student,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0009-8097-3147

e-mail: kovalova_t@knukim.edu.ua

The aim of the article is to investigate public figures' activities and the peculiarities of public associations development. To reveal the interaction between public organisations and society. Analyse forms of support for public organisations and their representatives in Ukraine and the world. Identify tools for supporting public activities to achieve better results of interaction between public organisations and society. *As a result*, the study found that in Ukraine, as in

many European countries, much attention is paid to financial support for public organisations, and only in some countries (the UK, Poland) the contribution of these organisations is taken into account. The research materials can be the basis for further scientific research, in particular, the study of public activities, their impact on the cultural development of society, and the transmission of cultural values and traditions. *Scientific novelty.* The article conducts a cultural study of the term “public figure”, provides a detailed analysis of the impact of public activity on the development of society’s culture, formation of public opinion and social manifestations of the public. Educational platforms aimed at training and supporting public leaders are considered. The article analyses the legislative mechanisms for supporting public activities. *Conclusions.* The article examines the concept of “public figure” and outlines its impact on society; it is found that this term refers not only to the personal activity of a leader but also determines the important role of society in the development of his ideas and cultural awareness. The conducted research allows us to state that it is the interaction between public associations and public figures, regardless of state funding, creates conditions for constructive interaction and shaping public opinion. The impact of these associations on the development of cultural and social self-awareness is a key factor in achieving the public good.

■ **Keywords:** public figure; public organisation; leader; cultural (social) self-awareness; socio-cultural development



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293704

УДК 17.023.32:008-028.22"20"

СУЧАСНА ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЗАСІБ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Євген Павліченко

Здобувач,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0009-0002-2731-6200

e-mail: netinff@gmail.com

Для цитування:

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

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

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

Вступ

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

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

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

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

Аналіз попередніх досліджень

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

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

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

■ **Мета статті**

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

■ **Результати дослідження**

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

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

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

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

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

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

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

У контексті теми дослідження детальніше розглянемо концепцію репрезентації.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

■ Висновки

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

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

■ Список посилань

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

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

References

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

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

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

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

CONTEMPORARY VISUAL CULTURE AS A MEANS OF REPRESENTING NATIONAL IDENTITY

Yevhen Pavlichenko

External PhD student,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0002-2731-6200

e-mail: netinff@gmail.com

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

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



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293705
UDC 81'243:[008:316.77](477)"364"

FOREIGN LANGUAGE AS A TOOL FOR PRESERVING AND TRANSMITTING NATIONAL UKRAINIAN CULTURAL VALUES IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION DURING THE WAR

Nataliia Sarnovska^{1a}, Yuliia Rybinska^{2a}

¹Lecturer,

ORCID: 0000-0001-7278-5183

e-mail: nat_sarnovskaya@ukr.net

²DSc in Pedagogy, Professor,

ORCID: 0000-0003-2185-7890

e-mail: julialeo1619@gmail.com

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

For citation:

Sarnovska, N., & Rybinska, Y. (2023). Foreign Language as a Tool for Preserving and Transmitting National Ukrainian Cultural Values in the Context of Intercultural Communication During the War. *Issues in Cultural Studies*, 42, 66–74. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293705>

The aim of the study is to examine the complex dynamics of preserving and transmitting national cultural values in the modern system of intercultural communication in times of war. The study examines the challenges and prospects that arise in this process. The analysis reveals the core role of language, symbols and cultural markers in the transmission of basic values. It also examines the importance of foreign language, intercultural skills and intercultural understanding in facilitating this transfer. The article highlights the obstacles faced by the protection of cultural values due to cultural clashes and conflicts arising from intercultural interaction. It also presents strategies and initiatives, including educational approaches, as well as real-life examples of successful programs and activities aimed at preserving and effectively transferring national cultural property. *The scientific novelty* of the article lies in identifying the features and ways of preserving and transmitting national cultural values through intercultural communication, which is especially relevant and extremely important in the context of the Russian-Ukrainian war. While previous studies have addressed individual elements of this topic, this article synthesizes historical, cultural and contemporary perspectives to offer a holistic understanding of the issues at hand. *Conclusions*. The study emphasizes that Ukraine's cultural heritage is a tool of diplomacy for gaining international support. Various events, exhibitions, and exchanges are organized to showcase Ukraine's rich cultural heritage and build alliances with other countries. The use of digital platforms for sharing and preserving cultural materials increases their reach. Engaging young people through educational programs ensures the long-term transmission of cultural values. It

has been noted that English is undoubtedly one of the most important means of communication. It not only strengthens our ability to communicate with people from different cultures but also bridges the gap between them. Therefore, learning foreign languages is becoming an important tool in Ukraine's efforts to demonstrate its rich cultural heritage internationally.

■ **Keywords:** national cultural values; intercultural communication; cultural identity; globalization; cultural heritage; foreign language

■ Introduction

In our increasingly interconnected world, the preservation and transmission of cultural values are paramount. For Ukraine, a nation with a rich and diverse cultural heritage, this task carries unique significance. Ukraine's tumultuous history, marked by periods of independence and foreign domination, has forged a resilient people deeply rooted in their national identity. However, in the face of contemporary challenges such as globalization, mass migration, and ongoing conflicts, the preservation and transmission of Ukrainian cultural values have taken on renewed urgency.

This article embarks on a profound exploration of the multifaceted process of preserving and transmitting national Ukrainian cultural values within the complex milieu of intercultural communication. The primary focus is to elucidate the challenges and opportunities inherent in this endeavour, shedding light on the intricacies of cultural exchange in an interconnected world. The examination of Ukraine's experience offers insights that extend beyond its borders and resonate with any culture grappling with similar issues.

■ Analysis of previous studies

During the course of our study, we have analyzed various scientific works related to Ukrainian culture, its identity, and the evaluation of our country's cultural heritage. We have given special emphasis to the present cultural heritage and the significant role played by Ukrainian culture on a global scale (Redkina, 2023; Kulyk, 2023). The analysis of modern methods and techniques of learning foreign languages (Onishchuk et al., 2020), taking into account the sociological and psychological characteristics of students to choose the most optimal ones for modern young people of the new generation (Onishchuk et al., 2020; Humeniuk & Blyznyuk, 2022). Special attention was given to scientific research on intercultural communication (Mara, 2021; Krotik & Morhun, 2021), its development in University (Holubnycha et al., 2021), various approaches to it, and the development of intercultural competence in language acquisition (Bagui & Adder, 2020).

■ The aim of the study

The aim of the study is to comprehensively examine the multifaceted process of preserving and transmitting Ukrainian cultural values within the dynamic context of intercultural communication; and to explore the various challenges, both historical and contemporary, that Ukraine faces in preserving and transmitting its rich cultural values in an increasingly interconnected and multicultural world. We aim to emphasize the importance of preserving and transmitting cultural values as a means of

maintaining national identity and promoting intercultural understanding. Through this study, we aim to contribute to the broader discourse on cultural preservation and intercultural communication, offering a nuanced understanding of the unique Ukrainian experience while addressing universal themes of cultural identity and exchange in an increasingly interconnected world.

■ Study results

The Russian-Ukrainian war, which began in 2014, has had a profound and complex influence on the cultural and national values of Ukraine. Conflict zones have been particularly vulnerable to the destruction of cultural heritage sites and artefacts. Following Russia's full-scale invasion of Ukraine on 24 February 2022, military operations are leading to the destruction of architectural monuments, museums and historical sites, which could lead to the loss of priceless cultural heritage artefacts. Important historical documents and archives necessary for understanding the past are lost. The war leads to the displacement of national minorities from their historical territories, which can cause a break in the transmission of cultural traditions. The task of Ukrainians is to preserve their national values and to be able to introduce their cultural heritage to the world in the face of war.

Throughout the following sections of this article, we will delve deeper into the specific challenges and opportunities faced by Ukraine in preserving and transmitting its national cultural values. Our exploration will provide valuable insights not only for scholars and policymakers but also for anyone interested in the interplay of culture, communication, and identity in our interconnected world. To appreciate the depth and significance of preserving and transmitting Ukrainian cultural values, one must first delve into the historical and cultural context that has shaped this nation. Ukraine's history is a tapestry of triumphs and tribulations, marked by invasions, occupations, and a relentless pursuit of independence.

The roots of Ukrainian culture trace back centuries, with influences from Byzantine, Mongol, and Polish civilizations, among others. It is a culture steeped in traditions, folklore, music, art, and language. Ukrainian culture draws strength from its diversity, with distinct regional variations, such as Hutsul, Lemko, and Transcarpathian traditions, contributing to the nation's vibrant mosaic.

Despite centuries of adversity and attempts to suppress its identity, Ukraine's cultural heritage has endured. The national resurgence in the 19th and 20th centuries, epitomized by figures like Taras Shevchenko, reflected a deep commitment to preserving and celebrating Ukrainian culture.

Language serves as a foundational pillar in the preservation and transmission of Ukrainian cultural values. The Ukrainian language, with its rich vocabulary and poetic nuances, carries the essence of the nation's identity. Throughout history, language has been a source of resilience, a means of cultural resistance, and a unifying force for Ukrainians.

Symbols also play a pivotal role in this context. From the golden trident of Kyivan Rus to the national emblem of the blue and yellow flag, symbols serve as powerful representations of Ukraine's cultural identity. These symbols evoke a sense of pride and belonging among Ukrainians, transcending linguistic and geographic boundaries.

In the contemporary world, intercultural communication has become both a challenge and an opportunity for preserving and transmitting Ukrainian cultural values. The globalized environment facilitates interactions between cultures like never before, but it also poses challenges to cultural preservation. Additionally, the digital age has ushered in new forms of intercultural communication, creating both opportunities and pitfalls. "The ownership and past development of the Internet also strengthen the sense of national identity" (Jia & Xin, 2019). The internet allows for the dissemination of Ukrainian cultural content worldwide, but it also exposes the culture to external influences that can dilute its authenticity.

Since February 2022, many cultural and artistic activities have taken place outside Ukraine. Now more than ever, it is important to spread information about Ukraine and its culture. This is being implemented at different levels (from personal, institutional to national), in different event formats (one-off events, individual projects, parts of international forums) and forms (art, analytics, discussions, etc.). Amidst the challenges, numerous opportunities and strategies have emerged to reinforce the preservation and transmission of Ukrainian cultural values. Educational initiatives have been instrumental in promoting cultural awareness and intercultural competence. Ukrainian cultural centres, both within the country and abroad, serve as hubs for cultural exchange and preservation.

Language programs and cultural festivals provide platforms for showcasing Ukrainian traditions to a global audience. Initiatives such as *Ukraine Now and Forever* have leveraged contemporary art, music, and film to share the nation's culture with the world. The main goal of *Ukraine Now and Forever* is to draw the world's attention to Ukrainian culture and art and further the international community consolidation in the resistance to Russian aggression. *Ukrainian Art History* is an English-language Twitter account and art project aimed at promoting Ukrainian art history and exposing Russian appropriation of Ukrainian artists' names.

The English language, as one of the most widely spoken and studied languages in the world, plays a crucial role in the transmission of cultural heritage across borders and generations. It serves as a bridge connecting diverse cultures, allowing people to share knowledge, ideas, and art. In this article section, we will explore how English facilitates the preservation and dissemination of cultural heritage.

First and foremost, English has evolved into a global lingua franca, employed in various fields such as science, business, and international relations. This widespread use of English fosters the transmission of scientific and technical knowledge while promoting cultural exchange among nations. Through the medium of English, researchers, scientists, and entrepreneurs can exchange expertise, collaborate on projects, and contribute to the preservation and advancement of cultural achievements.

Secondly, the English language provides access to a wealth of literary works, films, music, and art on a global scale. Many great works of Ukrainian art and literature were either created in English or translated into it. This allows individuals from different countries to immerse themselves in the cultural heritage of Ukraine. Translating Ukrainian pieces of art into English allows a broader audience to appreciate the cultural richness and creativity of Ukraine. Here are a few notable examples: *Testament* by Taras Shevchenko; *The Immortal* by Volodymyr Sosiura; *Grandmother's*

Tales by Lesya Ukrainka etc. These translations aim to bring Ukrainian art and culture to a global audience, showcasing the diversity and creativity of Ukraine's artistic heritage.

Furthermore, English serves as a means for people from diverse cultures to communicate and share their unique cultural traditions and customs. This linguistic common ground fosters respect and understanding of the rich tapestry of cultural heritage worldwide. It enables individuals to learn about and appreciate the values, traditions, and histories of other societies, thus promoting global cultural enrichment.

English also plays a pivotal role in education and academia. "Acquiring cross-cultural competence is an integral part of modern curricula at all levels of education" (Dichek et al., 2021). Many prestigious universities and institutions around the world offer different courses and programs in English. This facilitates the exchange of students and scholars from various countries, creating a multicultural learning environment. These educational exchanges not only preserve cultural diversity but also contribute to the cross-pollination of ideas, ultimately enriching the world's collective cultural heritage. When studying English, it is necessary not only to teach students intercultural communication but also to equip them with the ability to transmit the values of national culture to the people of other countries, which is especially important for Ukraine nowadays.

Once effective methods are now outdated and require significant modernization. In today's world, it is essential for foreign language learning to focus on functionality. Learning a language is no longer just about acquiring knowledge, but rather using it as a communication means with people from other cultures. "The most active intercultural competence development is received during students' years when there is a conscious creation of a personality competent in intercultural communication" (Holubnycha et al., 2021). Consequently, the primary goal of teaching foreign languages today is to emphasize the practical application and functional aspects of the language. To achieve this goal, a solid theoretical foundation is essential. This foundation can be established by:

- applying the theoretical findings of philology to foreign language teaching practices;
- theoretically analyzing and generalizing the extensive practical experience of foreign language teachers.
- providing students with real-world skills to pass on their knowledge of the cultural values of their home country.

When communicating with people from different cultures, it is important to consider their unique national characteristics and thinking patterns. This includes understanding how they perceive the world around them and the artistic traditions of their culture. By studying and taking into account these factors, we can improve our communication skills and strengthen the sociocultural component in our interactions.

Contemporary Approaches to Interdisciplinary Communication

In the rapidly evolving landscape of academia and professional fields, interdisciplinary communication has become not only essential but also transformative. Gone are the days when knowledge was confined to rigid disciplinary boundaries. Today, the complexities of real-world challenges demand a more dynamic and collaborative

approach. In this work, we explored contemporary approaches to interdisciplinary communication, shedding light on their significance, methods, and impact on various domains.

Interdisciplinary communication is the linchpin that connects different fields of knowledge and expertise. It breaks down the barriers that have separated fields such as the sciences, arts, humanities and technology, fostering collaboration and innovative problem-solving. In an era when global challenges such as climate change, health crises and socio-economic inequalities require multifaceted solutions, interdisciplinary communication is of paramount importance. In our case, during the war in Ukraine, it is of particular importance. We would like to highlight the following methods of interdisciplinary communication:

- Collaborative Research: One of the primary methods of interdisciplinary communication is collaborative research. This involves experts from different disciplines coming together to investigate complex problems. For example, climate scientists may collaborate with economists to analyze the economic implications of climate change policies.

- Interdisciplinary Education: Many academic institutions now offer interdisciplinary programs that expose students to a diverse range of subjects. This not only broadens their knowledge base but also cultivates the skills needed for effective interdisciplinary communication.

- Cross-Disciplinary Conferences: Conferences and seminars that bring together experts from various fields facilitate the exchange of ideas and foster interdisciplinary collaboration. These events encourage researchers to think beyond their specific domains.

- Digital Platforms: The advent of digital communication tools has further facilitated interdisciplinary collaboration. Researchers can now connect with peers worldwide, sharing data, insights, and perspectives effortlessly.

While interdisciplinary communication is undeniably transformative, it comes with its share of challenges. These include differences in terminology, methodologies, and communication styles among various disciplines. However, these challenges can be overcome through effective communication and a willingness to bridge these gaps. In the future, interdisciplinary communication is poised to become even more integral. As the boundaries between disciplines continue to blur, the need for individuals who can navigate these intersections will grow. Interdisciplinary thinkers and communicators will be at the forefront of addressing complex global issues, making our world a more interconnected and innovative place. Contemporary approaches to interdisciplinary communication have become indispensable in today's complex world. They facilitate collaboration, drive innovation, and offer holistic solutions to multifaceted challenges. By embracing interdisciplinary communication, we can unlock the full potential of human knowledge and expertise, paving the way for a brighter and more interconnected future.

Conclusions

The study has highlighted the importance of cooperation with international organizations and partners to preserve and promote Ukrainian culture in the world. Using

digital platforms to publish and preserve cultural materials makes them accessible to a wider audience. Ukrainian communities and activists can use their knowledge and resources to preserve cultural property through education, exhibitions and other initiatives. Engaging young people through educational programs and initiatives can ensure the long-term transmission of cultural values to the next generation. The English language plays a key role in the transmission of cultural heritage, allowing communication and exchange between different cultures. However, it is important to use this tool wisely, celebrating the diversity of indigenous languages to ensure the inclusivity of global cultural heritage. The work has emphasized the importance of learning a foreign language to promote the country's culture and history globally. This demonstrates Ukraine's commitment to preserving and transmitting its rich cultural values. Ukraine's cultural heritage, rooted in a storied history, continues to thrive despite modern challenges. By navigating the complexities of intercultural communication, Ukraine demonstrates the potential to preserve and enrich culture in a globalized world.

■ Список посилань

- Редькіна, А. (2023). Українські національні інтереси й цінності: суспільне усвідомлення та переоцінка. *Політичні дослідження*, 1(5), 144–162. <http://pd.ipiend.gov.ua/article/view/280397>
- Bagui, H., & Adder, F. Z. (2020). Promoting Students' Intercultural Communicative Competence through English Literary Texts: Students' Attitudes and Teachers' Challenges. *Arab World English Journal*, 11(2), 85–93. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol11no2.7>
- Dichek, N. P., Kopotun, I. M., Shevchenko, S. M., Antonets, N. B., & Pohribna, D. (2021). Implementation of the Cross-Cultural Approach in the Modern School. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 20(4), 210–244. <https://doi.org/10.26803/ijlter.20.4.12>
- Holubnycha, L., Kostikova, I., Soroka, N., Shchokina, T., & Golopych, I. (2021). Intercultural competence development at universities. *Postmodern Openings*, 12(1Sup1), 200-214. <https://doi.org/10.18662/po/12.1Sup1/279>
- Humeniuk, I., & Blyznyuk, T. (2022). Interdisciplinary coordination in the primary school teacher and educator training system. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 9(1), 139–145. <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/jpnu/article/view/6178/6476>
- Jia, L., & Xin, Y. (2019). The Internet as a Context: Exploring Its Impacts on National Identity in 36 Countries. *Social Science Computer Review*, 37(6), 705–722. <https://doi.org/10.1177/0894439318797058>
- Krotik, K. V., & Morhun, O. O. (2021). The Development of Intercultural Competence of Secondary School Pupils and University Students. *Arab World English Journal*, 1, 244–263. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/covid.19>
- Kulyk, V. (2023) National Identity in Time of War: Ukraine after the Russian Aggressions of 2014 and 2022. *Problems of Post-Communism*. <https://doi.org/10.1080/10758216.2023.2224571>
- Mara, D. (2021, 4 August). Intercultural competences of students-strategic approaches. In *MATEC Web of Conferences*, (Vol. 343(11003), pp. 1–12). <https://doi.org/10.1051/mateconf/202134311003>

Onishchuk, I., Ikonnikova, M., Antonenko, T., Kharchenko, I., Shestakova, S., Kuzmenko, N., & Maksymchuk, B. (2020). Characteristics of Foreign Language Education in Foreign Countries and Ways of Applying Foreign Experience in Pedagogical Universities of Ukraine. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 12(3), 44–65. <https://doi.org/10.18662/rrem/12.3/308>

References

- Bagui, H., & Adder, F. Z. (2020). Promoting Students' Intercultural Communicative Competence through English Literary Texts: Students' Attitudes and Teachers' Challenges. *Arab World English Journal*, 11(2), 85–93. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol11no2.7> [in English].
- Dichek, N. P., Kopotun, I. M., Shevchenko, S. M., Antonets, N. B., & Pohribna, D. (2021). Implementation of the Cross-Cultural Approach in the Modern School. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 20(4), 210–244. <https://doi.org/10.26803/ijlter.20.4.12> [in English].
- Holubnycha, L., Kostikova, I., Soroka, N., Shchokina, T., & Golopych, I. (2021). Intercultural competence development at universities. *Postmodern Openings*, 12(1Sup1), 200–214. <https://doi.org/10.18662/po/12.1Sup1/279> [in English].
- Humeniuk, I., & Blyznyuk, T. (2022). Interdisciplinary coordination in the primary school teacher and educator training system. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 9(1), 139–145. <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/jpnu/article/view/6178/6476> [in English].
- Jia, L., & Xin, Y. (2019). The Internet as a Context: Exploring Its Impacts on National Identity in 36 Countries. *Social Science Computer Review*, 37(6), 705–722. <https://doi.org/10.1177/0894439318797058> [in English].
- Krotik, K. V., & Morhun, O. O. (2021). The Development of Intercultural Competence of Secondary School Pupils and University Students. *Arab World English Journal*, 1, 244–263. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/covid.19> [in English].
- Kulyk, V. (2023) National Identity in Time of War: Ukraine after the Russian Aggressions of 2014 and 2022. *Problems of Post-Communism* <https://doi.org/10.1080/10758216.2023.2224571> [in English].
- Mara, D. (2021, 4 August). Intercultural competences of students-strategic approaches. In *MATEC Web of Conferences*, (Vol. 343(11003), pp. 1–12). <https://doi.org/10.1051/mateconf/202134311003> [in English].
- Onishchuk, I., Ikonnikova, M., Antonenko, T., Kharchenko, I., Shestakova, S., Kuzmenko, N., & Maksymchuk, B. (2020). Characteristics of Foreign Language Education in Foreign Countries and Ways of Applying Foreign Experience in Pedagogical Universities of Ukraine. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 12(3), 44–65. <https://doi.org/10.18662/rrem/12.3/308> [in English].
- Redkina, A. (2023). Ukrainski natsionalni interesy y tsinnosti: suspilne usvidomlennia ta pereotsinka [Ukrainian national interests and values: social awareness and reassessment]. *Political Studies*, 1(5), 144–162. <http://pd.ipiend.gov.ua/article/view/280397> [in Ukrainian].

ІНОЗЕМНА МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПЕРЕДАЧІ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Наталія Сарновська^{1а}, Юлія Рибінська^{2а}

¹Викладач,

ORCID: 0000-0001-7278-5183

e-mail: nat_sarnovskaya@ukr.net

²Доктор філологічних наук, професор,

ORCID: 0000-0003-2185-7890

e-mail: julialeo1619@gmail.com

*Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

Мета статті – вивчити складну динаміку збереження та передачі національних культурних цінностей у сучасній системі міжкультурної комунікації в умовах війни. У дослідженні розглядаються виклики та перспективи, які виникають у цьому процесі. Аналіз розкриває ключову роль мови, символів і культурних маркерів у передачі базових цінностей. Також розглядається важливість іноземної мови, міжкультурних навичок і міжкультурного розуміння у сприянні цьому трансферу. У статті висвітлюються перешкоди, з якими стикається захист культурних цінностей через зіткнення і конфлікти, що виникають внаслідок міжкультурної взаємодії, а також представлені стратегії та ініціативи, зокрема освітні підходи, реальні приклади успішних програм і заходів, спрямованих на збереження й ефективну передачу національних культурних цінностей. *Наукова новизна* статті полягає у виявленні особливостей і шляхів збереження та передачі національних культурних цінностей через міжкультурну комунікацію, що є особливо актуальним і вкрай важливим в умовах російсько-української війни. Хоча в попередніх дослідженнях висвітлювалися окремі елементи окресленої теми, ця стаття синтезує історичні, культурні та сучасні перспективи, щоб запропонувати цілісне розуміння питань, що розглядаються. *Висновки.* У дослідженні підкреслюється, що культурна спадщина України є інструментом дипломатії для отримання міжнародної підтримки. Різноманітні заходи, виставки та обміни організуються, щоб продемонструвати багату культурну спадщину України та створити альянси з іншими країнами. Використання цифрових платформ для обміну та збереження культурних матеріалів збільшує їхню сферу поширення. Залучення молоді через освітні програми забезпечує довготривалу передачу культурних цінностей. Зазначено, що англійська мова, без сумніву, є одним із найважливіших засобів комунікації. Вона не лише зміцнює нашу здатність спілкуватися з людьми з різних культур, але й долає розрив між ними. Тому вивчення іноземних мов стає важливим інструментом у прагненні України продемонструвати свою багату культурну спадщину на міжнародному рівні.

Ключові слова: національні культурні цінності; міжкультурна комунікація; культурна ідентичність; глобалізація; культурна спадщина; іноземна мова



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293707

УДК 338.485:39(560+477)

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТРАДИЦІЙ ГАСТРОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ КРІЗЬ ПРИЗМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: ТУРЕЦЬКИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Алла Гаврилюк^{1а}, Анюта Виставна^{2а}

¹Доктор наук з державного управління, професор,

ORCID: 0000-0003-2743-0409

e-mail: etnosvit24@ukr.net

²магістрант,

ORCID: 0000-0001-6701-5811

e-mail: annavistavna@gmail.com

^аКиївський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

Для цитування:

Гаврилюк, А., & Виставна, А. (2023). Популяризація традицій гастрономічної культури крізь призму розвитку туристичної дестинації: турецький досвід для України. *Питання культурології*, 42, 75–89. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293707>

Мета статті — вивчити вплив традицій гастрономічної культури Турецької Республіки на розвиток туристичної дестинації та окреслити перспективи їх застосування в Україні. У *результаті* дослідження розкрито основні аспекти просування туристичної дестинації через використання гастрономічної культури як частини нематеріальної культурної спадщини (НКС) ЮНЕСКО на прикладі Турецької Республіки. Проведено анкетування, у якому визначено: головні гастрономічні «родзинки» України, які пропонується використовувати для промоції території та відповідно до особистих чи уподобань опитаних респондентів; напрями популяризації країни з урахуванням найбільш привабливих гастрономічних елементів; оцінку привабливості України для туристів загалом та основних аспектів подорожі зокрема; значення гастрономії як складника кожної подорожі; основний вектор для діяльності установ, що забезпечують імплементацію Конвенції про охорону НКС. *Наукова новизна* полягає у виявленні інноваційних інструментів просування туристичної дестинації через використання гастрономічних елементів НКС. *Висновки*. На прикладі Турецької Республіки виявлено, що формування гастрономічної культури крізь призму пізнання нематеріальної культурної спадщини є актуальним і популярним ресурсом розвитку туристичної дестинації, мотиватором туристичних прибуттів до місць призначення; рушієм стійкості та розвитку громад і територій, особливо сільської місцевості, завдяки залученню туристів в усі пори року та використанню локальних продуктів. За результатами проведеного дослідження визначено основні напрями популяризації державою національної та

© Гаврилюк А., 2023

© Виставна А., 2023

Стаття надійшла до редакції: 27.09.2023

локальної гастрономічної культури. Проаналізовано ресурсні можливості гастронадщини НКС ЮНЕСКО, що можуть бути використані для просування туристичної дестинації в межах безпечних територій України навіть в умовах воєнного стану.

■ **Ключові слова:** нематеріальна культурна спадщина; гастрономічний туризм; туристична дестинація; гастробрендинг; ЮНЕСКО

■ Вступ

Екологізація свідомості та культури споживання якісних продуктів в умовах сьогодення сформувала новітній глобальний тренд на розвиток гастрономічного туризму. З одного боку, це стало важливою частиною престижу, статусу та мандрівного досвіду споживачів туристичних послуг. З іншого, гастрономія забезпечила формування та реалізацію головних мотиваційних потреб туристів у місцях призначення й водночас актуалізувала попит на туристичну привабливість територій.

У сучасних реаліях гастрономічна культура країн, яка сформувалася на основі національної гастронадщини, — це не лише обов'язковий споживацький елемент подорожей, а ціннісно-орієнтований ресурс пізнання традицій і звичаїв, що формує унікальний кулінарний «присмак» мандрівок і залишає специфічний шлейф приємних спогадів про туристичну дестинацію. Саме тому з-поміж строкатих гастрономічних родзинок території все частіше до програм туристичного обслуговування залучаються гастрономічні елементи нематеріальної культурної спадщини (далі — НКС), що є віддзеркаленням локальної ідентичності та споживацької культури, надбанням етногастрономічних традицій місцевого населення, цінним ресурсом, що сприяє стійкості та розвитку територій, стає інструментом залучення туристів в усі пори року.

Історичний розвиток нашої держави постійно супроводжувався формуванням та накопиченням гастрономічної локальної та національної ідентичності, що посприяло створенню фундаменту для мультикультурної НКС, ознайомлення з якою з року в рік зростає серед українців.

■ Аналіз попередніх досліджень

Зарубіжні вчені Б. Кім, Д. Лі та Б.-Л. Чуа (Kim et al., 2022) визначають імідж країни, пов'язаний із гастрономією, через прийняття концепції ЮНЕСКО «Креативні гастрономічні міста». Серед останніх наукових праць книга Л. Мелісси та С. Чун-Іна (Melissa & Choon-Yin, 2023) «Сталий розвиток Сінгапуру», окремих розділ якої присвячений гастрономії та НКС. У дослідженні зазначається, що їжа сприймається як головна вітрина туристичних напрямків.

Зазначена тематика постала в центрі уваги вітчизняних дослідників. Серед українських науковців питання про використання елементів НКС як ресурсу розвитку території розкриває у своїх працях А. Гаврилук (2018а; 2018b; 2022), акцентуючи на правових засадах використання НКС як туристичного ресурсу, промоції культурної спадщини на рівні громад, регіонів, країни. Дослідниця Л. Мелько (2022) зазначає, що серед елементів НКС гастронадщина є найпривабливішою для туристів. На роль гастрономічного бренду території в управ-

ліній туристичною дестинацією вказує О. Зеленко (2021). Ю. Олішевська (2019) розкриває особливості гастрономічного брендингу України. Попри це актуальним залишається запит суспільства на вивчення унікальних міжнародних практик збереження та популяризації гастрономічної культури засобами туризму, дослідження яких бракує в українській науковій думці.

■ Мета статті

Метою дослідження є вивчення впливу традицій гастрономічної культури Турецької Республіки на розвиток туристичної дестинації та можливість їх застосування в Україні, що обумовлює такі завдання:

- виявити особливості та унікальність гастрономічних елементів НКС ЮНЕСКО;
- схарактеризувати основні аспекти просування туристичної дестинації через використання гастрономічної культури НКС ЮНЕСКО на прикладі Турецької Республіки;
- провести анкетування для виявлення ресурсних можливостей гастрономічної спадщини, які можуть бути використані в національній сфері туризму України.

■ Результати дослідження

Зі швидким зростанням туристичного ринку гастрономічні елементи стали чинником привабливості мандрівників. Країни намагаються відрізнити себе від інших, демонструючи свою місцеву культуру харчування та локальні продукти, залучені в процесі приготування унікальних локальних страв. Коли туристи відвідують певну дестинацію, вони прагнуть отримати можливість відчутти автентичну, традиційну їжу та напої країни, спостерігати за їх виготовленням. Вважається, що цей досвід може підвищити імідж бренду країни.

Усталеною є думка, що гастрономічний досвід вважається способом пізнання національної культури, як-от: спробувати місцеву кухню, відвідати кулінарний майстер-клас від корінних жителів чи побувати на фестивалі тощо. Досвід, зорієнтований на споживання їжі та напоїв, звертається до емоцій, тому сприяє формуванню особистого задоволення від подорожі.

Гастрономічна діяльність — це сукупність певних дій, спрямованих на отримання гастрономічного досвіду. Ці заходи охоплюють популяризацію місцевої кухні, кулінарне мистецтво, фестивалі їжі та напоїв, гастротури.

Туристична дестинація (від англ. *destination* — місце призначення), маючи та використовуючи елементи традиційної кухні, гастродосвіду та гастроактивності, має орієнтуватися на цінності, які містяться в зразках національної гастрономічної культури. У цьому контексті країни, чия гастронадщина внесена до переліку елементів НКС ЮНЕСКО, мають значні переваги на туристичному ринку.

До гастрономічних елементів НКС належать знання, навички та соціальні практики, пов'язані з національними особливостями приготування, споживання, просування та збереження традиційних страв і напоїв (UNESCO Intangible Cultural Heritage, n.d.; Верховна Рада України, 2003).

Серед п'ятірки лідерів за кількістю елементів НКС ЮНЕСКО — Турецька Республіка. На рахунку держави 25 таких цінностей, серед яких 5 — гастрономічні,

що не дивно, адже гастрономічна культура турецьких земель містить десятків різних цивілізацій і живиться родючою географією та багатою історією (Постійне представництво України, 2021).

Наразі доходи країни від гастрономічного туризму, який стає панівним серед сфер альтернативного туризму з доданою вартістю, складають 5,1 млрд доларів. Метою є збільшення поточного доходу до 15 млрд доларів до кінця 2023 року (Türkiye 'gastronomi', 2023).

Маркетинговим трендом у популяризації туристичної дестинації є використання засобів фестивального туризму, яких у Турецькій Республіці є чимало (Kocabaş, 2019). 3-поміж них велика кількість сформувалася саме на основі елементів НКС ЮНЕСКО:

- Міжнародний фестиваль пасти Месір;
- фестиваль кави в Анкарі, Ізмірський фестиваль кави, фестиваль кави та шоколаду Конья, фестиваль сувенірної кави, фестиваль кави в Ескішехірі, фестиваль анатолійської кави, Стамбульський фестиваль кави, Coffeex İstanbul, Antalya Coffee Fest;
- Стамбульський фестиваль чаю та ін.

Турецька Республіка щодня урізноманітнює свої ініціативи з просування на міжнародному рівні з використанням автентичної кухні. Одним із прикладів цього є входження міст Афьонкарахісар, Газіантеп і Хатай до «Мережі креативних міст ЮНЕСКО» (UCCN) в галузі гастрономії.

«Мережа креативних міст ЮНЕСКО», заснована у 2004 році для підтримки креативності, планів місцевого розвитку та безперервності світових смаків, захищає найоригінальніші та натуральні страви країн у всьому світі через свою мережу гастрономічних міст.

Міста, які входять до мережі, працюють разом для досягнення спільної мети: поставити креативність і культурні індустрії в центр планів розвитку на місцевому рівні та активно співпрацювати на міжнародній арені.

Відомо, що в Газіантепі близько 500 різних страв, зокрема і десерти, оскільки це місто, розташоване на Шовковому шляху та Шляху прянощів, було міжкультурним переходом в історії.

Як креативне місто гастрономії, Газіантеп передбачає:

- сприяння міжкультурному діалогу через проєкт «Кухні в районах», спрямований на створення повністю обладнаних кухонь для людей з низькими економічними ресурсами, щоб готувати, та ділитися своїми ноу-хау з іншими мешканцями;
- посилення соціальної інтеграції через проєкт «Ательє без перешкод», що пропонує вразливим групам населення та людям з обмеженими можливостями навчальні курси зі створення та управління творчими підприємствами;
- заохочення багаторівневого співробітництва через проведення досліджень і збору даних з іншими креативними гастрономічними містами, зокрема про історію культури харчування стародавнього Шовкового шляху;
- організація Міжнародного фестивалю гастрономії для обміну досвідом та ноу-хау з іншими креативними містами гастрономії (Постійне представництво України, 2021).

У Хатаї є понад 650 місцевих рецептів, де змішані османська, французька, близькосхідна та арабська кухні. Від м'ясних страв до овочевих рецептів, від солодошів до солоного.

Як креативне місто гастрономії, Хатай передбачає:

- створення агропродовольчого парку під керівництвом спільноти фермерів, постачальників, роздрібних торговців з метою розширення професійних можливостей у сфері гастрономії;
- проведення Food Academy, яка забезпечить передачу знань, можливості співпраці та програми сертифікації для кухарів і професіоналів;
- налагодження співпраці з шеф-кухарями та студентами з інших креативних міст через проєкт Hatay Food та Food Academy;
- організацію Всесвітньої гастрономічної кулінарної виставки;
- розширення можливостей жінок і дітей-біженців завдяки наставництву та навчанню в агропродовольчому та гастрономічному бізнесі (Постійне представництво України, 2021).

Афьонкарахісар довів усьому світу своє гастрономічне культурне багатство, приєднавшись до «Мережі креативних міст ЮНЕСКО» у 2019 році. Найвидатнішим смаком Афьонкарахісара є афьонська ковбаса (суджук), якої виробляють в середньому 20 тис. тонн на рік.

Як творче місто гастрономії, Афьонкарахісар передбачає:

- зміцнення міжнародного співробітництва та сприяння сталому розвитку через запропоновані проєкти, включаючи спільну цифрову заявку, конгрес і конкурс за участю міст-членів;
- обмін досвідом, найкращими практиками та знаннями, особливо з менш представленими групами, такими як мігранти, сприяючи розширенню можливостей для творців і професіоналів у цих регіонах;
- об'єднання державного та приватного секторів і громадянського суспільства для створення просторів для виставок, таких як Музей гастрономії, через посилення створення, виробництва та розповсюдження культурних товарів і послуг;
- розробка політики та заходів для екологічних рішень щодо зменшення енергетичних і харчових відходів (Постійне представництво України, 2021).

Важливу роль у просуванні туристичного потенціалу Турецької Республіки відводять культурній гастродипломатії, яка передбачає організацію гастрономічних подій і заходів у всьому світі. Основна їх мета — донести особливості традиційної національної кухні, що має великий вплив на популяризацію країни в цілому, до широких мас. Здебільшого це «Дні/тижні знайомства з турецькою кулінарною культурою та історією». На таких заходах відвідувачів знайомлять з турецькою кавовою культурою та традиціями, яка є елементом НКС ЮНЕСКО (Kocabaş, 2019). У Турецькій Республіці щорічно проводяться гастрономічні конференції, на які запрошують світових зірок і найвідоміших шеф-кухарів, залучаючи у такий спосіб увагу медіа на міжнародному рівні. Отже, Турецька Республіка, будучи привабливим туристичним напрямком з історичними, культурними та природними багатствами, демонструє успішний маркетинговий підхід у популяризації країни через гастротраспанду.

Розглянувши приклад Турецької Республіки в промоції туристичних дестинацій із використанням гастрономічної спадщини ЮНЕСКО, варто визначити можливості для застосування такої практики в Україні.

Для виявлення ресурсних можливостей гастрономічної культури українців, які можуть бути використані у сфері туризму, було проведено дослідження методом анкетування. Мета аналізу — визначити рівень ознайомлення з поняттям нематеріальної культурної спадщини загалом та гастрономічними елементами зокрема, виокремивши їх значення для формування туристичного продукту України. Респондентами стали чоловіки і жінки віком до 18 років (подорожі здебільшого з батьками) та повнолітні платоспроможні споживачі.

Дослідження проводилося у формі кількісного опитування із використанням стандартизованої анкети на сервісі Google Form, розміщеної у мережі Інтернет¹. За його результатами було отримано 100 відповідей. Анкетування проводилося упродовж червня-вересня 2023 року. Респонденти заповнювали анкету в зручній для себе час та в безпечному місці. Обмеження було лише за термінами проведення опитування. Інформація про заповнені анкети в мережі Інтернет щодня надходила повідомленнями на пошту та онлайн вивантажувалася до таблиці Excel. Відповідно до змістовних аспектів дослідження була сформована і структура анкети. Основний обсяг анкети містить 14 запитань закритого типу та 1 запитання відкритого типу. Чотири запитання дають змогу зазначити кілька обраних варіантів.

Окремим розділом стандартизованої анкети стали декілька запитань, які містять дані, необхідні для демографічної картини респондентів щодо статі, віку, сфери діяльності та місця проживання на момент опитування. Запитання закритого типу стандартизованої анкети представлені номінальним та інтервальним рівнями вимірювання. Запитання номінального рівня передбачали від респондентів вибір однієї чи кількох відповідей із запропонованих. Запитання інтервального рівня передбачало визначення місця вимірюваної якості на шкалі від 1 до 5, причому відстані між розподілами цієї шкали еквівалентні.

Насамперед необхідно визначити загальний рівень ознайомлення з поняттям «нематеріальна культурна спадщина», що дасть підґрунтя для проведення подальшого дослідження. Відповідно до Конвенції про охорону НКС це поняття розглядається як «звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремими особами як частина їхньої культурної спадщини» (Верховна Рада України, 2003).

Відповідно, на перше запитання «Чи знайомі ви з поняттям “нематеріальна культурна спадщина”?» 87 (87%) респондентів відповіли «так», а 13 (13%) — «ні». Це свідчить про високий рівень ознайомлення опитаних з поняттям НКС.

Визначивши, що респондентам відоме тлумачення основної дефініції аналізу, переходимо до виокремлення гастроспадщини Національного переліку, яка

¹ Розширена версія анкети доступна за посиланням:

https://docs.google.com/forms/d/1qnY8YgYYX4CIOs6RLYtf4d4N0r-0RZFo5c7_p9CeGGg/edit

Рисунки в статті подано мовою оригіналу респондентів.

наразі є перспективним ресурсом для популяризації туристичних дестинацій України.

Відповідно, друге запитання було сформовано так: «Які гастрономічні елементи, внесені до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України, Ви знаєте?». Серед найбільш відомих серед респондентів елементів були такі: культура приготування українського борщу (92%), приготування української традиційної страви «Голубці» (56%), гуцульська бриндзя (51%). Варто зазначити, що серед інших елементів також досить високі показники, у середньому — 15–20% (рис. 1).

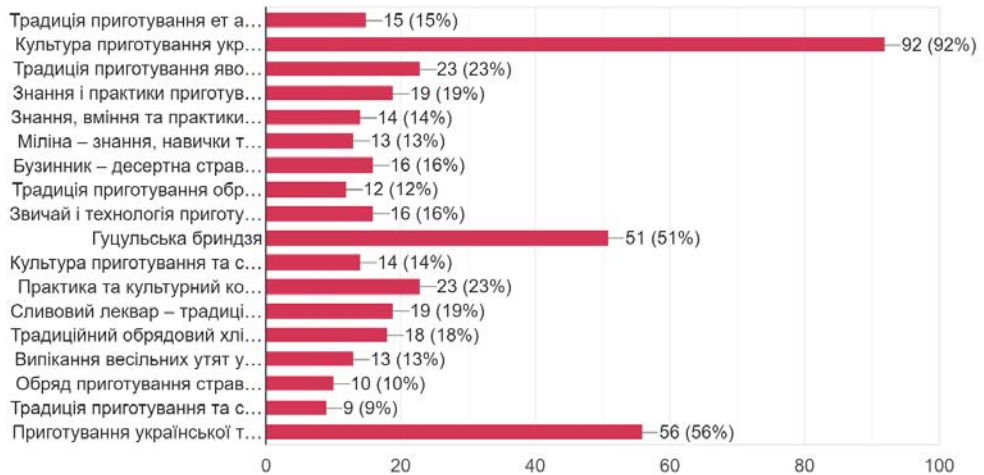


Рис. 1. Гастрономічні елементи, внесені до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України, які відомі респондентам

Зафіксувавши культуру приготування українського борщу, приготування української традиційної страви «Голубці» та гуцульську бриндзю як головні елементи для промоції, що пов'язано з їх популярністю, визначаємо рівень ознайомлення з гастрономічними елементами НКС ЮНЕСКО.

Відтак, у третьому запитанні потрібно було зазначити: «Які гастрономічні елементи, внесені до переліку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, Ви знаєте?». До запитання було додано покликання на офіційний сайт ЮНЕСКО, де респонденти могли ознайомитися з повним переліком елементів НКС ЮНЕСКО. На жаль, з результатів зрозуміло, що небагато респондентів ознайомлені з гастроспадщиною ЮНЕСКО. Водночас більшість знає, що культура приготування українського борщу входить до переліку НКС ЮНЕСКО.

Отримані дані дають змогу зазначити основний вектор діяльності установ, що забезпечують імплементацію Конвенції про охорону НКС, та розробити заходи щодо їх популяризації.

Не менш важливим аспектом подорожі є задоволення від страви, її смаку та унікальності. Тому далі формуємо перелік елементів, які є улюбленими серед учасників опитування через отримані відповіді на четверте запитання: «Які

з українських страв та напоїв, внесених до Національного переліку, є Вашими улюбленими?».

Здебільшого респонденти обирали культуру приготування українського борщу (90 %) та приготування української традиційної страви «Голубці» (50 %). Також серед популярних — гуцульська бриндзя (20 %), традиція приготування яворівського пирога (11 %), практика та культурний контекст приготування «чіберек» та «янтик» — традиційних страв кримських татар (9 %), сливовий леквар — традиція приготування та культура споживання на Закарпатті (8 %) (рис. 2).

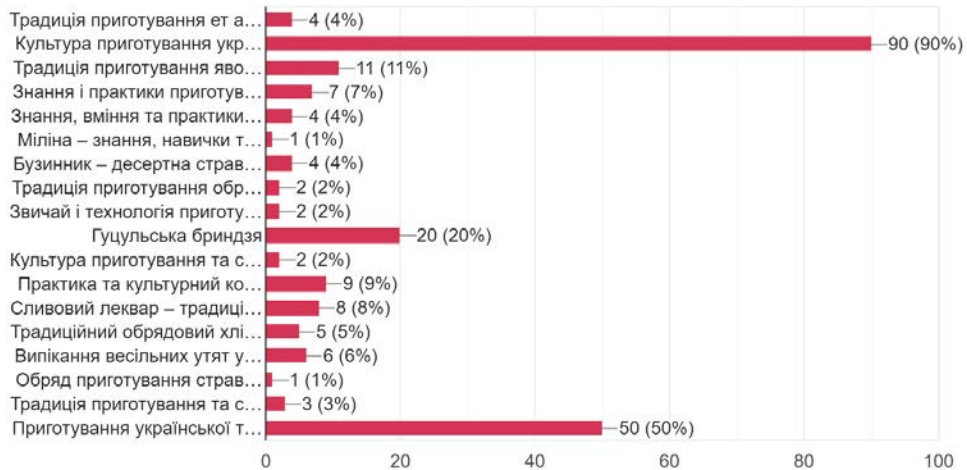


Рис. 2. Результати вподобань респондентів щодо українських страв та напоїв, внесених до Національного переліку

Варто зазначити, що Україна має багату гастрономічну спадщину, а робота над внесенням елементів до Національного переліку має більш як десятирічний досвід, проте активізувалася саме в умовах воєнного стану. З огляду на це ставимо за мету виокремлення автентичних страв, які потребують особливого привертання уваги з боку туристів.

Саме тому у п'ятому запитанні просимо респондентів вказати «...улюблені українські страви, які варто також додати до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини?». Більшість опитаних обирали з наявних відповідей: сирники — 43; вареники — 69; банош — 28; галушки — 54. Окрім цього, можна було вказати свій варіант, де додатково зазначили про домашні ковбаси, лемішку, шулики, холодець. Отже, більших респондентів пропонує додати до Національного переліку традиції приготування популярних українських страв — вареників, галушок і сирників (рис. 3).

Наступним пунктом аналізу стало загальне визначення популярних видів туризму нині та виокремлення частки гастрономічного серед них.

Тому у шостому запитанні: «Яким видам туризму віддаєте перевагу?» можна було обрати декілька варіантів. Результати інтерпретувалися так, що респонденти віддали перевагу культурно-пізнавальному та гастрономічному видам

туризму. Досить велика кількість також полюбляє рекреаційно-оздоровчий, подієвий і пригодницький туризм. Додатково зазначили сільський, велотуризм та алкотури (рис. 4).

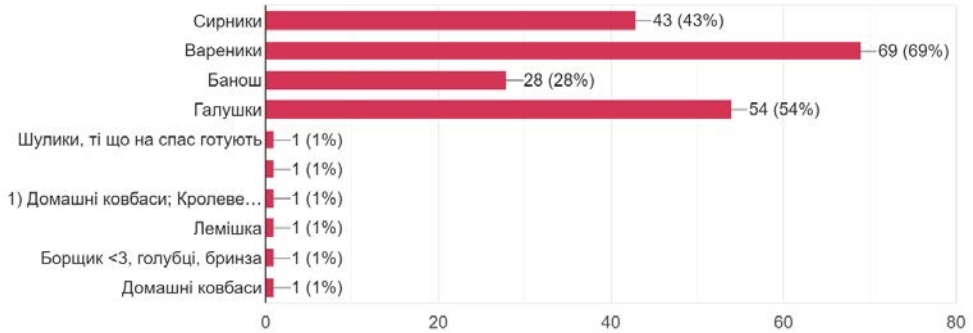


Рис. 3. Результати опитування респондентів щодо внесення улюблених українських страв до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини

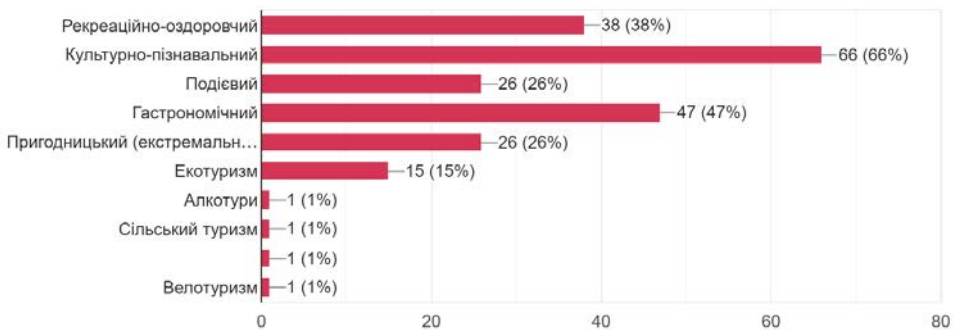


Рис. 4. Результати опитування респондентів щодо вибору видів туризму, яким віддають перевагу

Оскільки гастрономія — це вагома частина майже кожної подорожі, формуємо рівень впливу гастрономічних пропозицій регіону на вибір локацій для мандрівки. Тому на сьоме запитання: «Чи враховуєте Ви гастрономічні пропозиції регіону під час вибору пункту подорожі?» респонденти відповіли так: «так» — 64 (64%), «ні» — 36 (36%). Отже, можна зробити висновок, що гастрономія — важливий аспект у виборі туристичної дестинації.

У восьмому запитанні «Якою інформацією про регіон Ви цікавитесь до та під час здійснення подорожі?» також можна було обрати декілька варіантів. Відповіді розподілилися так: звичаї та традиції — 51% респондентів; локальні гастрономічні страви — 62% респондентів; архітектурні та природні пам'ятки — 75% респондентів; фестивалі — 35% респондентів; музеї — 31% респондентів. Додатково зазначили креативні простори, історію та інформацію про те, як розвивається гастрономічний туризм у регіоні. Отже, більшість людей до та під

час здійснення подорожі найбільше цікавляться архітектурними та природними пам'ятками, локальними гастрономічними стравами, а також звичаями та традиціями регіону (рис. 5).

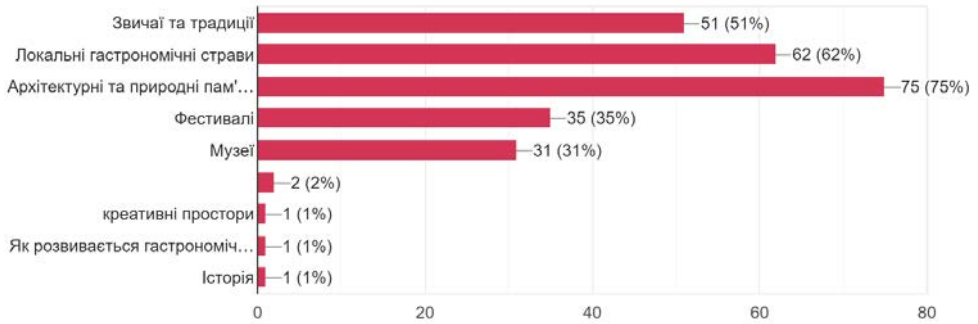


Рис. 5. Результати опитування щодо пріоритетної тематики майбутніх подорожей до туристичної дестинації

Щоб визначити напрямки популяризації туристичної дестинації та розробити заходи із залучення туристів, виокремлюємо найбільш привабливі гастрономічні об'єкти серед респондентів. Дев'яте запитання: «Які об'єкти гастрономічного туризму Ви вважаєте найбільш привабливими?». Отримані результати свідчать про те, що найбільше туристи відвідують гастрономічні події: конференції, дегустації, ярмарки, фестивалі. Окрім того, привабливими є крафтові виробництва, підприємства з виробництва локальної кулінарної продукції та заклади ресторанного господарства. Найменш популярними є кулінарні майстер-класи — лише 3% опитаних (рис. 6).

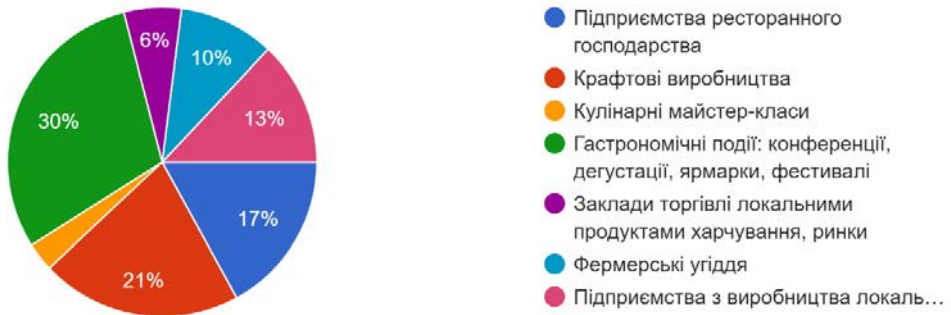


Рис. 6. Результати опитування щодо вибору найпривабливіших ресурсів гастрономічного туризму

Наявність гастрономічного бренду території підвищує рівень зацікавлення туристів, тому перевіряємо, чи має Україна такий, на думку опитаних.

У десятому запитанні потрібно було зазначити: «Як Ви вважаєте, чи є в Україні власний гастрономічний бренд? Якщо так, то вкажіть його». Більшість рес-

пондентів зазначила борщ українським гастрономічним брендом, що не дивно, адже саме він отримав міжнародне визнання. Серед популярних відповідей — галушки, вареники, сири (бриндзя). Багато учасників вбачають гастрономічний бренд в особі Євгена Клопотенка, що пояснюється його численними ініціативами зі збереження української традиційної кухні. На жаль, 32% вважають, що Україна не має гастрономічного бренду та його потрібно впровадити.

Для більш ґрунтовного аналізу формуємо оцінку привабливості України для туристів загалом та основних аспектів подорожі зокрема.

У наступному запитанні потрібно було оцінити основні аспекти подорожі Україною від 1 до 5 балів. Найвищу оцінку отримали природа, національна кухня та гостинність місцевих жителів. Архітектура в середньому отримала 4–5 балів, що пов'язано з незадовільним станом багатьох туристичних об'єктів. Найнижче оцінили безпеку перебування — більшість поставила 3 бали, на нашу думку, на це безпосередньо вплинула повномасштабна збройна агресія Російської Федерації проти України. Загалом привабливість України для туристів оцінили в 4–5 балів, що є високим показником (рис. 7).

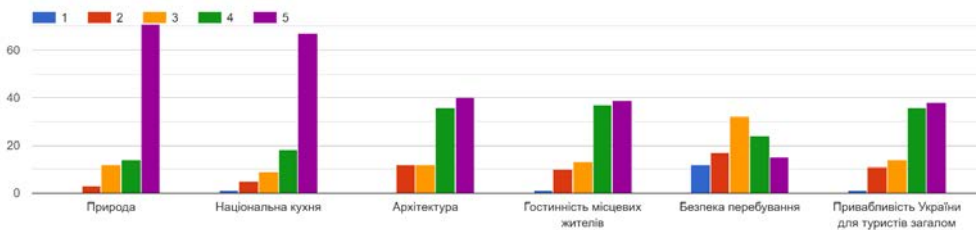


Рис. 7. Результати відповіді на запитання: «Як би Ви оцінили основні аспекти подорожі Україною за шкалою від 1 до 5, де 1 — зовсім незадоволені, а 5 — цілком»

Наступні запитання сформовані для визначення цільової аудиторії опитування.

З дванадцятого запитання анкети, яке звучить так: «Дайте, будь ласка, деякі відомості про себе. Ваша стать», можна зробити висновок, що більшість опитаних — це жінки (55%), чоловіків — 45%.

У тринадцятому запитанні потрібно було вказати вік. У результаті отримано такі дані: 13–17 років — 1 респондент (1%); 18–24 — 45 респондентів (45%); 25–34 — 20 респондентів (20%); 35–44 — 11 респондентів (11%); 45–54 — 14 респондентів (14%); 55 і старше — 9 респондентів (9%). Отже, більшість опитаних респондентів — це платоспроможні споживачі, які самостійно обирають місце подорожі.

З чотирнадцятого запитання було визначено, що більшість респондентів — це жителі Полтавської області (37%) та міста Києва (26%).

У п'ятнадцятому запитанні, де потрібно було вказати сферу діяльності, більшість обрала «студент». Окрім того, серед респондентів 15% — підприємці, 12% — державні службовці, 9% — посадові особи з органів місцевого самоврядування. Отже, респонденти були фахівцями різних професій (рис. 8).



Рис. 8. Основна сфера діяльності на момент опитування

Проаналізувавши результати анкетування, можна зробити висновок, що формування гастрономічної культури — процес динамічний і є перспективним ресурсом для формування туристичного продукту. Усе більше людей відвідують гастрономічні події та прагнуть скуштувати локальні автентичні страви під час подорожі. Актуальним є розширення Національного переліку з додаванням гастрономічних елементів і внесення їх до НКС ЮНЕСКО, що сприятиме популяризації України на міжнародній арені.

Висновки

На прикладі Турецької Республіки виявлено, що гастрономічна культура останнім часом активно використовується країнами для залучення мандрівників до туристичної дестинації. Гастрономія, яка є однією з головних мотиваційних причин для туристів у їхніх уподобаннях до місця призначення, є важливим елементом маркетингу дестинацій і чинником туристичної привабливості. Крім того, вона є цінним ресурсом, який сприяє стійкості та розвитку напрямків, особливо в сільській місцевості, завдяки залученню туристів в усі пори року та використанню місцевих продуктів. Визначено основні шляхи популяризації держави через використання її національної та локальної традиційної кухні. Проаналізовано ресурсні можливості гастроспадщини НКС ЮНЕСКО, що можуть бути використані для просування туристичної дестинації в межах безпечних територій нашої держави навіть в умовах воєнного стану.

Список посилань

- Верховна Рада України. (2003, 17 жовтня). *Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини*. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text
- Гаврилюк, А. М. (2018a). Державний маркетинг позиціонування атрактивності нематеріальної культурної спадщини України засобами туризму. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*, 29((68)2), 56–62.
- Гаврилюк, А. М. (2022). *Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір* (2-ге вид.). Видавництво «Піра-К».
- Гаврилюк, А. М. (2018b, 25–26 жовтня). Туристичний брендинг нематеріальної культурної спадщини як маркетинговий інструмент державної регіональної політики.

- В *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновацістивалю* [Матеріали конференції] (с. 217–222). Видавничий центр КНУКіМ.
- Зеленко, О. О. (2021). Гастрономічний бренд як ефективний інструмент управління туристичною дестинацією. *Причорноморські економічні студії*, 66, 82–86. <https://doi.org/10.32843/bses.66-14>
- Мелько, Л. Ф. (2022). Спадщина ЮНЕСКО у туризмі: порівняльний макрорегіональний аналіз. В *Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи розвитку* (с. 283–330). Університет економіки та права «КРОК». https://library.krok.edu.ua/media/library/category/monografiji/melko_0032.pdf
- Олішевська, Ю. А. (2019). Особливості гастрономічного брендингу України. *Географія та туризм*, 53, 27–34. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.27-34>
- Постійне представництво України при ЮНЕСКО. (2021, 23 березня). *Мережа креативних міст ЮНЕСКО*. <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/merezha-kreativnih-mist-yunesko>
- Kim, B., Lee, D., Chua, B.-L., & Han, H. (2022). Country image of gastronomy and branding Hawker Culture: Local consumers' perception. *Tourism Management Perspectives*, 44, Article 101036. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101036>
- Kocabaş, E. (2019). *Gastronomi turizmi çerçevesinde destinasyon marka değerinin festivaller aracılığıyla belirlenmesi: gaziantep örneği* [Yüksek lisans tezi, Institute of Social Sciences, Istanbul University] <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/60697.pdf>
- Melissa, L., & Choon-Yin, S. (2023). Gastronomy and Intangible Cultural Heritage. In *Sustainable Urban Development in Singapore. Imagining Walkability in an Urban Concrete Jungle* (pp. 89–103). Palgrave Macmillan Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5451-3_5
- Türkiye 'gastronomi' turizmi atağına kalktı. (2023, Ağustos 17). *Milliyet*. <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/turkiye-gastronomi-turizmiatagina-kalkti-6992109>
- UNESCO Intangible Cultural Heritage. (n.d). *Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices*. [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00228&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00228&multinational=3#tabs)

References

- Havryliuk, A. M. (2018a). Derzhavnyi marketynh pozytsionuvannia atraktyvnosti nematerialnoi kulturnoi spadshchyny Ukrainy zasobamy turyzmu [State marketing of attractiveness positioning of intangible cultural heritage of Ukraine by means of tourism]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Derzhavne upravlinnia*, 29((68)2), 56–62 [in Ukrainian].
- Havryliuk, A. M. (2018b, October 25–26). Turystychnyi brendynh nematerialnoi kulturnoi spadshchyny yak marketynhovyi instrument derzhavnoi rehionalnoi polityky [Tourism branding of intangible cultural heritage as a marketing tool of state regional policy]. In *Nematerialna kulturna spadshchyna yak suchasnyi turystychnyi resurs: dosvid, praktyky, innovatsystyvaliu* [Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experience, practices, innovation] [Conference materials] (pp. 217–222). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].

- Havryliuk, A. M. (2022). *Derzhavna polityka u sferi turyzmu v Ukraini: sotsiohumanitarnyi vymir* [State policy in the field of tourism in Ukraine: socio-humanitarian dimension]. (2nd ed.). Vydavnytstvo "Lira-K" [in Ukrainian].
- Kim, B., Lee, D., Chua, B.-L., & Han, H. (2022). Country image of gastronomy and branding Hawker Culture: Local consumers' perception. *Tourism Management Perspectives*, 44, Article 101036. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101036> [in English].
- Kocabaş, E. (2019). *Gastronomi turizmi çerçevesinde destinasyon marka değerinin festivaller aracılığıyla belirlenmesi: gaziantep örneği* [Determination of Destination Trademark value through festivals within the framework of gastronomy tourism: Gaziantep Case] [Master's thesis, Institute of Social Sciences, Istanbul University] <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/60697.pdf> [in Turkish].
- Melissa, L., & Choon-Yin, S. (2023). Gastronomy and Intangible Cultural Heritage. In *Sustainable Urban Development in Singapore. Imagining Walkability in an Urban Concrete Jungle* (pp. 89–103). Palgrave Macmillan Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5451-3_5 [in English].
- Melko, L. F. (2022). Spadshchyna UNESCO u turyzmi: porivnialnyi makrorehionalnyi analiz [UNESCO heritage in tourism: a comparative macro-regional analysis]. In *Rehionalnyi turizm: suchasni vyklyky ta perspektyvy rozvytku* [Regional tourism: modern challenges and development prospects] (pp. 283–330). KROK University of Economics and Law. https://library.krok.edu.ua/media/library/category/monografiji/melko_0032.pdf [in Ukrainian].
- Olishevskaya, Yu. A. (2019). Osoblyvosti hastronomichnoho brendynhu Ukrainy [Peculiarities of gastronomic branding of Ukraine]. *Geography and Tourism*, 53, 27–34. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.27-34> [in Ukrainian].
- Permanent Mission of Ukraine to UNESCO. (2021, March 23). *Merezha kreatyvnykh mist UNESCO* [UNESCO Creative Cities Network]. <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/merezha-kreativnih-mist-yunesko> [in Ukrainian].
- Türkiye 'gastronomi' turizmi atağına kalktı [Türkiye launched a 'gastronomy' tourism initiative] (2023, Ağustos 17). *Milliyet*. <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/turkiye-gastronomi-turizmiatagina-kalkti-6992109> [in Turkish].
- UNESCO Intangible Cultural Heritage. (n.d). *Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices*. [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00228&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00228&multinational=3#tabs) [in English].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2003, October 17). *Konventsia pro okhoronu nematerialnoi kulturnoi spadshchyny* [Convention on the Protection of Intangible Cultural Heritage]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text [in Ukrainian].
- Zelenko, O. O. (2021). Hastronomichniy brend yak efektyvnyi instrument upravlinnia turystychnoiu destynatsiieiu [Gastronomic brand as an effective tool of tourist destination management]. *Black sea economic studies*, 66, 82–86. <https://doi.org/10.32843/bses.66-14> [in Ukrainian].

PROMOTION OF GASTRONOMIC CULTURE TRADITIONS THROUGH THE PRISM OF TOURIST DESTINATION DEVELOPMENT: TURKISH EXPERIENCE FOR UKRAINE

Alla Havryliuk^{1a}, Aniuta Vystavna^{2a}

¹DSc in Public Administration, Professor,

ORCID: 0000-0003-2743-0409

e-mail: etnosvit24@ukr.net

²Master's degree student,

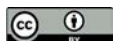
ORCID: 0000-0001-6701-5811

e-mail: annavistavna@gmail.com

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

The aim of the article is to study the influence of the gastronomic culture traditions of the Republic of Turkey on the development of a tourist destination and to outline the prospects for their application in Ukraine. The study reveals the main aspects of promoting a tourist destination through the use of gastronomic culture as part of UNESCO's Intangible Cultural Heritage (ICH) on the example of the Republic of Turkey. A survey was conducted, which identified: the main gastronomic "highlights" of Ukraine, which are proposed to be used to promote the territory and in accordance with the personal or preferences of the respondents; directions of popularisation of the country, taking into account the most attractive gastronomic elements; assessment of the attractiveness of Ukraine for tourists in general and the main aspects of travel in particular; the importance of gastronomy as a component of every trip; the main vector for the activities of institutions ensuring the implementation of the Convention for Safeguarding the ICH. *The scientific novelty* lies in the identification of innovative tools for promoting a tourist destination through the use of gastronomic elements of the ICH. *Conclusions.* On the example of the Republic of Turkey, the article shows that the formation of gastronomic culture through the prism of intangible cultural heritage is a relevant and popular resource for the development of a tourist destination, a motivator of tourist arrivals to destinations; a driver of sustainability and development of communities and territories, especially, rural areas, through the attraction of tourists in all seasons and the use of local products. Based on the study results, the article identifies the main directions of national and local gastronomic culture promotion by the state. The article analyses the resource capabilities of the gastronomic heritage of UNESCO's intangible cultural heritage that can be used to promote a tourist destination within the safe territories of Ukraine, even under martial law.

Keywords: intangible cultural heritage; gastronomic tourism; tourist destination; gastrobranding; UNESCO



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293710
УДК 316.472.4:130.2]:004.77

ВЗАЄМОВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ І МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ АЛГОРИТМІВ

Олег Гаврилюк^{1а}, Анатолій Гнатюк^{2б}

¹Здобувач

ORCID: 0009-0000-2294-5935

e-mail: oleg.gavryliuk@ukr.net

²народний артист України,

ORCID: 0009-0001-3118-7432

e-mail: kfa_fop@udu.edu.ua

^аКиївський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

^бУкраїнський державний університет

імені М. Драгоманова,

Київ, Україна

Для цитування:

Гаврилюк, О., & Гнатюк, А. (2023). Взаємовплив соціальних мереж і масової культури: роль і значення алгоритмів. *Питання культурології*, 42, 90–101. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293710>

Мета статті — з'ясувати сутність та особливості впливу соціальних мереж на масову культуру. Дослідження ґрунтується на застосуванні загальнонаукових методів системного аналізу, а також теорії соціальних мереж; для з'ясування сутності взаємовпливу соціальних мереж і культурних цінностей використано метод логічної реконструкції. *Результати дослідження*. Звернено увагу на потребу з'ясування ролі одного з найпопулярніших сервісів інтернету — віртуальних універсальних соціальних мереж у перевизначенні масової культури. Наголошено, що основою дослідження впливу соціальних мереж на масову культуру мають стати дві теорії: вибіркового сприйняття та соціального впливу. На основі цих теорій розробляються спеціальні алгоритми, які не лише передбачають, що люди робитимуть, а й змінюють культурні відносини, формують культурні ландшафти, змушують віддавати перевагу конкретним речам, діям тощо. Акцентовано, що алгоритми соціальних мереж — це, по суті, прогнознi аналітичні коди, які надають інтернет-користувачам контент на основі їхнього біологічного профілю, геолокації та онлайн-звичок. *Наукова новизна* одержаних результатів полягає у з'ясуванні суті алгоритмів соціальних мереж, специфіки їхнього впливу на масову культуру і навпаки — масової культури на контент соціальних мереж, що дає підстави вести мову про так звану «алгоритмічну соціалізацію». *Висновки*. Підсумовано, що соціальні мережі є сьогодні

інструментом трансформації масової культури — цінності та досвід передаються через публікації, коментарі, лайки та репости, а також інші форми спілкування на сайтах соціальних мереж. Сьогодні ці процеси знаменують початок нової ери, коли масова культура та нові медіа вимірюють щоденну взаємодію людей із представниками інших культур, спонукаючи до з'ясування специфіки вироблення алгоритмами інформації, знань про світ, які згодом використовуються для рекурсивної зміни останнього.

■ **Ключові слова:** масова культура; соціальні мережі; інтернет-користувачі; контент; теорії вибіркового сприйняття та соціального впливу; алгоритми

■ Вступ

Одним із найпоширеніших визначень культури є її ототожнення зі способом життя, із соціальною взаємодією певної групи людей чи спільноти. Якщо розглядати культуру як сукупність писаних і неписаних правил поведіння, які й визначають приналежність індивідів до тієї чи іншої культури, то культура нерозривно пов'язана з глобальною динамікою — змінюються правила поведіння, змінюється і постійно оновлюється й сама культура. Так, поняття культури означає схожі цінності, переконання, соціальні практики, умовності тощо, які пов'язують групу людей. Від специфіки такої взаємодії, комунікації залежить розуміння реальності та світу навколо, адже саме комунікація стала основою культури, засобом передавання культурних цінностей і смислів, інструментом, який постійно удосконалює і перевизначає культуру певної спільноти, народу загалом. Ефективне передавання та розуміння культури є умовою мирного співіснування членів однієї групи, тож культура і комунікація — нерозривна єдність двох складників цивілізаційного процесу.

Поява інтернету здійснила справжню революцію не лише в комунікації — розвиток глобальної мережі відіграв надзвичайну роль у переосмисленні масової культури, наблизивши її до людей, зробивши її доступною для широкого загалу. Сьогодні відповідь на запитання, чи впливає інтернет на популярну культуру, є очевидною і незаперечною. Натомість актуальною є потреба з'ясування ролі одного з найпопулярніших сервісів інтернету — віртуальних універсальних соціальних мереж у перевизначенні масової культури і навпаки — з'ясування того, як масова культура впливає на контент соціальних мереж.

■ Аналіз попередніх досліджень

Аналізу алгоритмів та обмежень соціальних мереж у контексті їхньої соціальної відповідальності присвячена стаття О. Капраль та Я. Яричевської (2021). Зокрема, автори наголошують на належності створених і заданих алгоритмів та обмежень соціальних мереж до норм соціальної відповідальності, які пропонується характеризувати як рівень безпеки та грамотності населення в цілому. Дослідженню методів аналізу соціальних мереж як середовища інформаційних війн присвячена праця О. Войтович, А. Буди та В. Головенька (2017). Зокрема, автори здійснили аналіз підходів і методів дослідження соціальних мереж, розглянули основні метрики, які використовуються як вхідні дані для дослідження, а також проаналізували методи дослідження соціальних мереж, визначили

їх переваги та недоліки. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки дослідила М. Рудик (2020). Дослідниця розкрила роль соціальних медіа в процесі формування громадської думки, проаналізувала принципи поширення інформації у соціальних медіа, а також вивчила контент інформаційних повідомлень і роль громадської думки як джерела інформації чи інформаційного приводу в ЗМІ. Публікація Х. Гац (2016) зорієнтована на висвітлення специфіки формування культурних трендів через інтернет-спільноти. Авторка наголошує: «З розвитком інтернет-спільнот, а саме соціальних мереж, змінюються не тільки формати подання інформації та форми соціальних комунікацій, а модифікується саме людина в них. Інтернет настільки глибоко вкоренився в житті своїх споживачів, що через його віртуальні спільноти формуються тенденції масової поведінки, яка напряду впливає на популярну культуру в нашій реальності» (Гац, 2016). Безпосередньо взаємодії масової культури та соціальних мереж, що виявляється у специфіці сучасного повсякденного життя, присвячена стаття Г. Бежнар (2021). Серед зарубіжних варто відзначити таких дослідників, як Д. Бір (Beer, 2013), К. Т. Берг (Berg, 2021) та ін. Зокрема, Д. Бір у своїй ґрунтовній книзі «Популярна культура та нові медіа», використовуючи низку міждисциплінарних ресурсів, розкриває різні приховані виміри, включаючи об'єкти та інфраструктури, архіви, алгоритми, специфіку відтворення даних, які змушують переглянути сучасне розуміння культури. Один із розділів книги присвячений безпосередньо алгоритмам, які формують смак і маніпулюють популярною культурою. Взаємозв'язку популярної культури, релігії та цифрових медіа в контексті медіаетики присвячена стаття К. Т. Берг (Berg, 2021). Отже, попри очевидність потреби осмислення масової культури в контексті функціонування нових медіа, доводиться констатувати відсутність чіткого уявлення про специфіку взаємовпливу соціальних мереж і масової культури.

■ Мета статті

Мета статті — з'ясувати сутність та особливості впливу соціальних мереж на масову культуру.

■ Результати дослідження

Основою дослідження впливу соціальних мереж на масову культуру мають стати дві теорії: вибіркового сприйняття та соціального впливу. Перша теорія стверджує, що люди обирають повідомлення та медіа, які відповідають їхнім поточним переконанням, цінностям та ідеям, на відміну від повідомлень та медіа, які суперечать їхнім поточним переконанням, цінностям та ідеям (McWilliams, n.d.). Основою цієї теорії є теорія когнітивного дисонансу (Festinger, 1957), яка стверджує, що коли люди стикаються з ідеями, що суперечать їхнім переконанням, в них активуються певні психічні захисні механізми для створення консонансу між новими ідеями та усталеними переконаннями, що призводить до когнівної рівноваги. Когнітивний дисонанс і теорія вибіркового сприйняття пов'язані, але є одна відмінність: у вибіркового сприйнятті людина не шукає інформацію з метою зниження рівня дисонансу — вона звертає увагу на ті повідомлення і медіа, які відповідають її усталеним переконанням.

Теорія вибіркового сприйняття складається з чотирьох процесів: вибіркового впливу, увага, сприйняття та утримання (McWilliams, n.d.). Перші два вказують на те, що інтереси, думки та переконання людей безпосередньо впливають на вибір медіа та повідомлень, на які звертається увага. Це не випадковий процес — оскільки прочитати, почути та побачити всі повідомлення, доступні в засобах масової інформації, неможливо, люди вибірково обирають найбільш релевантні їхнім переконанням. Тобто люди схильні шукати погляди, з якими вони готові погодитися, — по суті, люди використовують медіа, щоб посилити свої упередження, переконання та думки (McWilliams, n.d.). Суть третього процесу полягає в тому, що люди не просто інтерпретують інформацію, на яку вони звернули увагу, а сприймають лише ту частину повідомлення, яку вони самі обрали, і навіть більше — змінюють значення повідомлень, щоб ті відповідали їхнім попереднім переконанням і поглядам (Smith, 2003). Так, одне повідомлення може мати різне значення для різних людей залежно від їхніх цінностей, поглядів, вірувань та ідей. Завершальним процесом є вибіркоче утримання, пов'язане із відтворенням у пам'яті сприйнятої з різних повідомлень інформації. Люди схильні надовго запам'ятовувати ті повідомлення, які підтримують їхні переконання, і несвідомо забувати ті, які суперечать їхнім переконанням (Stroud, 2008). Отже, люди свідомо і несвідомо віддають перевагу повідомленням, які відповідають їхнім усталеним переконанням. Відповідно, те, чим люди цікавляться, про що вони думають і що пам'ятають, впливає на їхню здатність вивчати культуру. Тож теорія вибіркового сприйняття, з одного боку, пояснює трансформацію масової культури під впливом контенту соціальних мереж, дає уявлення про те, чому світ технологій цілеспрямовано структурує доступні платформи соціальних мереж певним чином, а також про те, як користувачі соціальних мереж привчені до того, щоб приділяти свій час та увагу конкретним сайтам і контенту соціальних мереж, а з іншого — ця теорія допомагає пояснити та відповісти на запитання про те, як популярна культура впливає на соціальні мережі.

Друга теорія — це теорія соціального впливу, яка пояснює, що люди з більшою ймовірністю підлаштовуються під дію тих людей, якими вони захоплюються або наслідують їх, тобто люди більш схильні робити те, що вони вважають нормою. Відповідно до цієї теорії, є три основні компоненти соціального впливу (Kelman, 1974): 1) відповідність, або поступливість (суб'єктивна норма): це відбувається, коли на когось впливають групові норми з бажанням отримати прихильність або сподобатися; 2) ідентифікація (соціальна ідентичність): це відбувається, коли на когось впливають групові норми з бажанням вписатися в групу, з якою ідентифікує себе індивід, і бути частиною цієї групи; 3) інтерналізація (групова норма): це відбувається, коли хтось перебуває під впливом переконання, що так звана колективна мудрість групи сприятиме процесу пізнання. Так, поступливість стосується випадків, коли на людину впливають через її бажання подобатися соціальній групі, «коли індивід погоджується на вплив, оскільки він або вона сподівається отримати позитивну реакцію з боку іншої особи чи групи з нормативним зобов'язанням» (Hwang, 2016, p. 467). Це означає, що люди змінюють свою поведінку не тому, що вони обов'язково погоджуються з впливом, а тому, що хочуть отримати прихильність або уникнути негативних наслідків

своїх дій чи навпаки бездіяльності. Ідентифікація відбувається, коли на поведінку та ставлення людини впливають, використовуючи її бажання вписатися в групу. Йдеться не стільки про отримання явного схвалення, скільки про культивування почуття приналежності чи ідентичності: «...ідентифікація відображає індивідуальну ідентифікацію зі спільнотою, наприклад, почуття приналежності та прихильності» (Chou et al., 2015). Нарешті, інтерналізація відбувається, коли індивід інтегрує переконання, цінності або поведінку групи, оскільки вірить, що групі властива колективна мудрість. «Процеси соціального впливу, засновані на інтерналізації, стосуються потреби людей мати рацію. Щоб задовольнити цю потребу, люди схильні приймати інформацію від інших, щоб полегшити розв'язання проблем» (Trenz et al., 2018). Якщо коротко, то соціальний вплив є мультиплікативною комбінацією впливів трьох чинників: кількість джерел впливу, близькість їхнього розташування до об'єкта впливу, потужність цих джерел (Latané, 1981). При цьому наявність множинних цілей, на переконання американського соціального психолога Б. Латане, розпорошує вплив — це явище він називає «законом розподіленого соціального впливу», тобто успішність соціального впливу залежить від кількості та «близькості» чинників впливу (Latané, 1981).

Отже, розглянуті теорії якнайкраще досліджують і пояснюють, як на людей впливають соціальні мережі та навпаки. Оскільки соціальний вплив формує погляди, переконання і дії людей, ці теорії враховуються під час розробки алгоритмів, які не лише передбачають, прогнозують, що робитимуть люди, як вони реагуватимуть на культурні уподобання, а й змінюють культурні відносини та формують культурні ландшафти, підштовхують до певних дій. Алгоритми соціальних мереж — це, по суті, прогнозні аналітичні коди, які надають інтернет-користувачам контент на основі їхнього біологічного профілю, геолокації та онлайн-звичок. Інакше кажучи, соціальні мережі добирають контент відповідно до цифрового аватара, який створюється для кожного користувача соціальних мереж на основі його особистої інформації, яка надається щоразу, коли він виходить в інтернет. У такий спосіб алгоритми впливають на те, як користувачі використовують платформи соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter та ін., і що вони переглядають. Соціальні мережі — це «соціальне суспільство», що складається з людей з різними переконаннями, але для кожної людини, яка використовує соціальні мережі, застосовуються різні алгоритми. Це означає, що дві людини не бачитимуть одну й ту саму стрічку новин у соціальних мережах, оскільки алгоритми кожної людини є унікальними. Алгоритми записують, відстежують, аналізують і прогнозують уподобання користувачів, тож їх також можна використовувати для контролю за виконанням користувачами певних процесів на платформі. Наприклад, в Instagram користувач отримує більше переглядів для ролика, ніж для посту із зображенням. Так, користувачі, яким потрібно більше переглядів, створюватимуть ролики, а не публікуватимуть зображення. Крім того, якщо ролик має швидше освітній, ніж розважальний характер, він отримає менше переглядів, і навпаки — чим більш розважальним буде ролик/пост, тим більше переглядів він отримає, так само, як і в YouTube.

Алгоритми дотримуються певного набору правил, які не можна змінити чи підробити. Наприклад, Cinematch — потужний алгоритм рекомендацій Netflix

на основі метаданих дає змогу виокремлювати вміст залежно від історії вибору користувачів, а потім пропонує їм обрані інноваційні функції і контент (ShaharYar, n.d.). У такий спосіб корпорації у всьому світі намагаються покращити свою здатність прогнозувати бажання людей і, як наслідок, персоналізувати їхні профілі. Це показовий приклад того, як алгоритми формують і покращують масову культуру. Іншим свідченням того, наскільки важливими стали алгоритми соціальних мереж для поширення та споживання культури, є PageRank — один із найкращих методів, використовуваних Google для визначення релевантності та важливості сторінки, суть якого полягає в об'єктивному оцінюванні сторінки відповідно до суб'єктивної поведінки користувачів. Значний обсяг даних, який обробляється алгоритмами, збільшує вірогідність успішного прогнозування майбутніх дій людини і на цій підставі дає змогу надавати більш точні рекомендації конкретним користувачам. Завдання алгоритму — гарантувати, що користувачі отримують точну інформацію. Оскільки на кожній платформі соціальних мереж розміщено багато контенту, використовуються алгоритми, які допомагають людям швидше знаходити те, що вони шукають. Алгоритми використовуються для виявлення контенту, який люди вважають цікавішим, ніж нерелевантні чи неякісні публікації. Щодо алгоритмів поширення контенту, то платформи соціальних мереж іноді дають зрозуміти, який контент, на їхню думку, гідний просування на їхньому сайті. Алгоритми часто розробляються з метою підвищення обізнаності чи інтересу до певного контенту, продукту, явища, події тощо, унаслідок чого деякі користувачі можуть помітити у своїх стрічках збільшення кількості постів про, наприклад, закордонне кіно, конкретний спосіб життя, культурну подію тощо. Платформи соціальних мереж використовують алгоритми, які гарантують, що контент, який користувачі бачать найпершим, є найбільш актуальним для їхнього способу життя і який соціально впливові особи/еліта хотіли б представити користувачам, щоб викликати в них конкретну реакцію. В результаті користувачі з більшою ймовірністю братимуть участь у соціальних взаємодіях із першим фрагментом контенту, який вони побачать.

У світі, де засоби масової інформації та кодування відіграють надзвичайно важливу роль, соціальне та культурне середовище більше не є найзначущішим явищем, і навіть більше — вплив зображення поступається впливові алгоритмів. Замість того, щоб рішення ухвалювали люди, для їх прийняття використовуються алгоритми. Саме алгоритми, приховано створюючи певні правила, формують сьгодні соціальний світ, тож знання того, як алгоритми непомітно впливають на повсякденне життя, необхідне для з'ясування особливостей функціонування соціокультурного простору. За допомогою алгоритму можна передбачити, що люди зроблять або скажуть, але водночас надзвичайно важливо розуміти, з використанням яких інструкцій і які дані обробляються для прийняття рішень. До того ж алгоритми можна використовувати для класифікації та категоризації речей і людей (Cheney-Lippold, 2011). Особисті дані, отримані від користувачів соціальних мереж і використовувані для створення цифрових аватарів (Jaron, 2018), попри те, що повинні бути конфіденційними, продаються рекламодавцям для використання на їхній власний розсуд. У таких компаніях, як Google та Facebook, потужні системи збирають персональні дані, які посилюють ці авата-

ри і дають змогу робити точніші прогнози для кожного користувача. Ці системи призначені для того, щоб утримувати користувачів прикутими до екрана, тому що увага в соціальних мережах — це те, що продається рекламодавцям. За словами Дж. Ланьє (Lanier, 2018), вченого у галузі візуалізації даних та біометричних технологій, «це поступова, незначна, непомітна зміна у <...> власній поведінці та сприйнятті, яка і є продуктом, що продається у соціальних мережах».

Головною причиною, передумовою того, що соціальні мережі впливають на масову культуру, є міра їхньої популярності серед інтернет-користувачів: станом на січень 2023 року кількість користувачів соціальних мереж по всьому світу становить 4,76 млрд, і ця цифра постійно зростає (Кемп, 2023). Завдяки технології Web 2.0 інтернет-користувачі поширюють різноманітний контент, трансформуючи масову культуру насамперед не лише через її комерціалізацію, висунення вимоги яскравості та видовищності продукту масової культури, а й насадження певних стереотипів сприйняття і поведінки тощо. У такий спосіб популяризується культурні тексти масової культури, які залучають усе більше аудиторію, сприяють культурному обміну та міжкультурному діалогу. Такий взаємозв'язок соціальних мереж і культурного простору дає змогу простежити ознаки та особливості модернізації різних спільнот у контексті глобальних, регіональних процесів на рівнях особи, окремого суспільства та всього людства, сприяючи досягненню взаєморозуміння між людьми. Водночас соціальні мережі, через їхню не просто відкритість, а «вседозволеність», поширюють і подекуди підтверджують тезу про масову культуру як культуру розваг та аморальності, що дає підстави вести мову про певну культурну деградацію людства загалом. Вочевидь, алгоритми соціальних мереж явно «дегуманізують» людей, утім люди своєю чергою впливають на те, як розробляються алгоритми і як вони виробляють судження. Тож вивчаючи культуру, варто враховувати, що алгоритми спроможні змушувати людей віддавати перевагу певним речам, діям тощо. А це спонукає до роздумів про ймовірність зміни всієї онтології формування уподобань і переконань. Невипадково дослідники визначають популярну культуру як «код/простір», оскільки її функціонування залежить від програмного забезпечення та алгоритмів (Kitchen & Dodge, 2011). Отже, взаємодія між популярною культурою та алгоритмами соціальних мереж, безсумнівно, існує: алгоритми соціальних мереж викликають зміни в моделях поведінки користувачів і, зрештою, у масовій культурі, інформуючи споживачів про актуальні на певний момент часу тренди.

■ Висновки

Теорії вибіркового сприйняття та соціального впливу допомагають пояснити, як соціальні мережі впливають на масову культуру і як масова культура впливає на платформи соціальних мереж. На основі цих теорій розробляються спеціальні алгоритми, які не лише передбачають, що люди робитимуть, а й змінюють культурні відносини, формують культурні ландшафти, змушують віддавати перевагу конкретним речам, діям тощо. За допомогою алгоритмів різні аспекти культури зазнають щоденного впливу, що призводить до змін, тож під час вивчення сучасної культури це обов'язково треба брати до уваги. Соціальні мережі сьогодні є інструментом трансформації масової культури — цінності та

досвід передаються через публікації, коментарі, лайки та репости, а також інші форми спілкування на сайтах соціальних мереж.

У сучасному світі, зокрема в соціальних процесах, алгоритми застосовуються усе частіше, що дає підстави вести мову про так звану «алгоритмічну соціалізацію», яка стає нормою, адже алгоритми взаємодіють, прогнозують й адаптуються до людей у соціальному плані, щоб зробити їх передбачуваними в соціальних мережах. Розуміння специфіки розробки та застосування алгоритмів визначає те, як сьогодні трансформується культура — змінюючи те, що люди роблять і як думають, алгоритми неминуче змінюють і популярну культуру.

Соціальні мережі вплинули на багатьох учасників суспільного життя настільки, що, незалежно від будь-яких обставин, вони зробили інтернет-користувачів залежними від своєї власної реальності. Попри очевидний негативний вплив, який має стати помітнішим, ніж позитивний, через його нерегульовану та некеровану методологію, соціальні мережі відіграють важливу роль у вдосконаленні та перевизначенні культури, і це їхня фундаментальна ознака. Сьогодні ці процеси знаменують початок нової ери, коли масова культура та нові медіа вимірюють щоденну взаємодію людей із представниками інших культур, спонукаючи до з'ясування специфіки вироблення алгоритмами інформації, знань про світ, які згодом використовуються для рекурсивної зміни останнього.

■ Список посилань

- Бежнар, Г. (2021). Масова культура, соціальні мережі та подружня гармонія. *Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія*, 12(4), 95–101. <http://dx.doi.org/10.31548/hspedagog2021.04.095>
- Войтович, О., Буда, А., & Головенько, В. (2017, 24–25 жовтня). Дослідження методів аналізу соціальних мереж як середовища інформаційних війн. В *Методи та засоби кодування, захисту й ущільнення інформації* [Матеріали конференції] (с. 76–80). Вінницький національний технічний університет.
- Гац, Х. (2016, 22 листопада). *Формування культурних трендів через інтернет-спільноти*. Медіакритика. <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html>
- Капраль, О., & Яричевська, Я. (2021). Аналіз доцільності окремих обмежень у алгоритмах соцмереж в рамках соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*, 32. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-20>
- Рудик, М. (2020). Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 48, 198–206. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10560>
- Beer, D. (2013). *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*. Palgrave MacMillan.
- Berg, K. T. (2021). Lessons in Media Ethics: Popular Culture, Religion and Digital Media. *Journal of Media Ethics*, 36(3), 180–183. <https://doi.org/10.1080/23736992.2021.1940772>
- Cheney-Lippold, J. (2011). A New Algorithmic Identity: Soft Biopolitics and the Modulation of Control. *Theory Culture & Society*, 28(6), 164–181. <https://doi.org/10.1177/0263276411424420>

- Chou, C. H., Wang, Y. S. & Tang T. I. (2015). Exploring the determinants of knowledge adoption in virtual communities: A social influence perspective. *International Journal of Information Management*, 35(3), 364–376. <https://ideas.repec.org/a/eee/ininmal/v35y2015i3p364-376.html>
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press. [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=775745](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=775745)
- Hwang, Y. (2016). Understanding social influence theory and personal goals in e-learning. *Information Development*, 32(3), 466–477. <https://doi.org/10.1177/0266666914556688>
- Jaron, L. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*. Henry Holt and Company.
- Kelman, H. C. (1974). Further Thoughts on the Processes of Compliance, Identification, and Internalization. In J. T. Tedeschi, *Social Power and Political Influence* (pp. 125–171). Routledge. https://www.researchgate.net/publication/330173268_Further_Thoughts_on_the_Processes_of_Compliance_Identification_and_Internalization
- Kemp, S. (2023, 26 January). *Digital 2023: Global Overview Report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Kitchin, R., & Dodge, M. (2011). *Code/Space: Software and Everyday Life*. MIT Press.
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*. Henry Holt and Co.
- Latané, B. (1981). The Psychology of Social Impact. *American Psychologist*, 36(4), 343–356. https://www.researchgate.net/publication/232490033_The_Psychology_of_Social_Impact
- McWilliams, T. S. (n.d.). *Selective Process Theory and Applications in Public Relations*. Pennsylvania State University. <https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.psu.edu/dist/f/38113/files/2016/02/McWilliamsTykia-Theory-Paper-.docx>
- ShaharYar, A. (n.d.). 10 Biggest Netflix Competitors and Alternatives. *Marketing Tutor*. <https://www.marketingtutor.net/netflix-competitors-alternatives/>
- Smith, R. (2003). Communication Theory and Persuasion. In *Becoming a Public Relations Writer: A Writing Process Workbook for the Profession* (2nd ed.). (pp. 42–61). Routledge.
- Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Polit Behav*, 30, 341–366 <https://www.uky.edu/AS/PolSci/Peffley/pdf/Stroud%202008%20PB%20Revisiting%20the%20Concept%20of%20Selective%20Exposure.pdf>
- Trenz, M., Huntgeburth, J., & Veit, D. (2018). Uncertainty in cloud service relationships: Uncovering the differential effect of three social influence processes on potential and current users. *Information & Management*, 55(8), 971–983. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.002>

References

- Beer, D. (2013). *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*. Palgrave MacMillan [in English].
- Berg, K. T. (2021). Lessons in Media Ethics: Popular Culture, Religion and Digital Media. *Journal of Media Ethics*, 36(3), 180–183. <https://doi.org/10.1080/23736992.2021.1940772> [in English].

- Bezhnar, H. (2021). Masova kultura, sotsialni merezhi ta podruzniia harmoniia [Mass culture, social networks and marital harmony]. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Philosophy*, 12(4), 95–101. <http://dx.doi.org/10.31548/hspedagog2021.04.095> [in Ukrainian].
- Cheney-Lippold, J. (2011). A New Algorithmic Identity: Soft Biopolitics and the Modulation of Control. *Theory Culture & Society*, 28(6), 164–181. <https://doi.org/10.1177/0263276411424420> [in English].
- Chou, C. H., Wang, Y. S. & Tang T. I. (2015). Exploring the determinants of knowledge adoption in virtual communities: A social influence perspective. *International Journal of Information Management*, 35(3), 364–376. <https://ideas.repec.org/a/eee/ininma/v35y2015i3p364-376.html> [in English].
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press. [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=775745](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=775745) [in English].
- Hats, Kh. (2016, November 22). Formuvannia kulturnykh trendiv cherez internet-spilnoty [Formation of cultural trends through Internet communities]. *Mediakrytyka*. <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> [in Ukrainian].
- Hwang, Y. (2016). Understanding social influence theory and personal goals in e-learning. *Information Development*, 32(3), 466–477. <https://doi.org/10.1177/0266666914556688> [in English].
- Jaron, L. (2018). Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now. Henry Holt and Company [in English].
- Kapral, O., & Yarychevska, Ya. (2021). Analiz dotsilnosti okremykh obmezhen u alhorytmakh sotsmerezh v ramkakh sotsialnoi vidpovidalnosti [Analysis of the expediency of certain restrictions in the algorithms of social networks in the framework of social responsibility]. *Economy and Society*, 32. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-20> [in Ukrainian].
- Kelman, H. C. (1974). Further Thoughts on the Processes of Compliance, Identification, and Internalization. In J. T. Tedeschi, *Social Power and Political Influence* (pp. 125–171). Routledge. https://www.researchgate.net/publication/330173268_Further_Thoughts_on_the_Processes_of_Compliance_Identification_and_Internalization [in English].
- Kemp, S. (2023, 26 January). Digital 2023: Global Overview Report. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> [in English].
- Kitchin, R., & Dodge, M. (2011). *Code/Space: Software and Everyday Life*. MIT Press [in English].
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*. Henry Holt and Co [in English].
- Latané, B. (1981). The Psychology of Social Impact. *American Psychologist*, 36(4), 343–356. https://www.researchgate.net/publication/232490033_The_Psychology_of_Social_Impact [in English].
- McWilliams, T. S. (n.d.). *Selective Process Theory and Applications in Public Relations*. Pennsylvania State University. <https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.psu.edu/dist/f/38113/files/2016/02/McWilliamsTykia-Theory-Paper-.docx> [in English].

- Rudyk, M. (2020). Vplyv sotsialnykh media na formuvannya hromadskoi dumky [The influence of social media on the formation of public opinion]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 48, 198–206. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10560> [in Ukrainian].
- ShaharYar, A. (n.d.). 10 Biggest Netflix Competitors and Alternatives. *Marketing Tutor*. <https://www.marketingtutor.net/netflix-competitors-alternatives/> [in English].
- Smith, R. (2003). Communication Theory and Persuasion. In *Becoming a Public Relations Writer: A Writing Process Workbook for the Profession* (2nd ed.). (pp. 42–61). Routledge [in English].
- Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Polit Behav*, 30, 341–366 <https://www.uky.edu/AS/Polisci/Peffley/pdf/Stroud%202008%20PB%20Revisiting%20the%20Concept%20of%20Selective%20Exposure.pdf> [in English].
- Trenz, M., Huntgeburth, J., & Veit, D. (2018). Uncertainty in cloud service relationships: Uncovering the differential effect of three social influence processes on potential and current users. *Information & Management*, 55(8), 971–983. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.002> [in English].
- Voitovych, O., Buda, A., & Holovenko, V. (2017, October 24–25). Doslidzhennia metodiv analizu sotsialnykh merezh yak seredovysycha informatsiinykh viin [Study of methods of analysis of social networks as an environment of information wars]. In *Metody ta zasoby koduvannia, zakhystu y ushchilnennia informatsii* [Methods and means of coding, protection and compression of information] [Conference materials] (pp. 76–80). Vinnytsia National Technical University [in Ukrainian].

THE INTERACTION BETWEEN SOCIAL NETWORKS AND MASS CULTURE: ALGORITHMS' ROLE AND SIGNIFICANCE

Oleh Havryliuk^{1a}, Anatolii Hnatiuk^{2b}

¹External PhD student,

ORCID: 0009-0000-2294-5935

e-mail: oleg.gavryliuk@ukr.net

²Honoured Artist of Ukraine,

ORCID: 0009-0001-3118-7432

e-mail: kfa_fop@udu.edu.ua

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

^bDrahomanov Ukrainian State University,
Kyiv, Ukraine

The aim of the article is to elucidate the essence and peculiarities of social media's impact on mass culture. The study is based on the application of general scientific methods of system analysis and social network theory; the method of logical reconstruction is used to clarify the essence of the interaction between social networks and cultural values. *Research results.*

Attention is drawn to the need to clarify the role of one of the most popular Internet services — virtual universal social networks in the redefinition of mass culture. It is noted that the study of the impact of social networks on mass culture should be based on two theories: selective perception and social influence. Based on these theories, special algorithms are developed that not only predict what people will do but also change cultural relations, shape cultural landscapes, make them prefer certain things, actions, etc. It is emphasised that social media algorithms are essentially predictive analytical codes that provide Internet users with content based on their biological profile, geolocation and online habits. *The scientific novelty* of the results obtained is to clarify the essence of social media algorithms and the specifics of their influence on mass culture and vice versa — mass culture on the content of social media, which gives grounds to talk about the so-called “algorithmic socialisation”. *Conclusions.* The author concludes that social media are today a tool for transforming mass culture — values and experiences are transmitted through publications, comments, likes and reposts, as well as other communication forms on social media sites. Today, these processes mark the beginning of a new era, when mass culture and new media measure the daily interaction of people with representatives of other cultures, prompting us to clarify the specifics of how algorithms produce information and knowledge about the world, which are subsequently used to recursively change the latter.

■ **Keywords:** mass culture; social networks; Internet users; content; theories of selective perception and social influence; algorithms



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293714

UDC 7.041-055.2:130.2-028.22(477)"364"

FEMALE IMAGES OF CONTEMPORARY UKRAINIAN VISUAL CULTURE THROUGH THE PRISM OF ARCHETYPES: WAR TIME

Iryna Zaspa

PhD student,

Kyiv National University of Culture and Arts

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0003-0648-1901

e-mail: duymovochkaira@gmail.com

For citation:

Zaspa, I. (2023). Female Images of Contemporary Ukrainian Visual Culture Through the Prism of Archetypes: War Time. *Issues in Cultural Studies*, 42, 102–115. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293714>

The aim of the article is to study female images as a cultural and social form through the prism of archetypes; to consider the main characteristics of images, their origins and current state, specifics of creation and background; to find archetypal representations in female visual images, to establish their place in the development of Ukrainian culture today. As a result of the scientific research, archetypes were found in selected female images of the visual culture of Ukraine, their features were identified and transformations were noted. The process of creation from its origins to the present day is traced. The interrelationships between archetypes and female images are revealed. The application of the empirical method made it possible to compare the forms of expression of visual images of women with the initial archetypal ideas. The images and their meanings are interpreted using the hermeneutic method of research with semiotic understanding. The collected facts and materials are synthesised together in a comprehensive coverage of the topic under study. The research results form the basis for further research. *Scientific novelty.* For the first time, an attempt is made to conduct a cultural study of selected female images in the visual culture of wartime Ukraine through the prism of archetypes and their semiotic decoding on specific examples. *Conclusions.* The study examines and analyses selected female images in the visual culture of wartime Ukraine through the prism of archetypes; traces and explains, on the basis of scientific research, the way they were formed and their basis; the transformations are outlined, their features are highlighted, the interconnections of changes in the reality of society and culture are traced; the relationship between the archetype and the visual image is established and worked out, their influence on the development of culture and the strengthening of national identity is revealed, and their place in the development of contemporary Ukrainian culture is established.

Keywords: female images; visual culture of Ukraine; cultural symbols; human and culture; woman in culture; archetypes; archetypal representations; visual art

■ Introduction

Female images, as a cultural and figurative form comprehended and reproduced by humans, have existed since the beginning of the cultural tradition, the emergence of art and society, in general, where they could be formed. The very concept of “image” acquires a semantic coloring by the environment or sphere in which it is present. As for the context of the study of archetypes in visual culture, the term represents the synergy of consciousness and the collective unconscious, human imagination, the real subject that exists, the woman herself, and the cultural symbols through which knowledge is encoded. The image is often visual by nature, even if it is formed in the depths of human consciousness and subconscious. Scientists who have studied the human nature of the psyche, its layers, and the specifics of its activity (C. G. Yung, S. Freud, C. G. Carus, E. von Hartmann, and others) have sometimes identified the possibility of communication between the subconscious and the conscious through images, visuals, and so on. The emergence of various images in human culture gives rise to discussions about their origin and reasons for their formation. The study of the set of connections between a person and the created and produced established images in culture is an important basis for understanding human existence and reproduced knowledge. In turn, visual culture as a space composed of images and symbols is a certain code, a language, the reading and understanding of which is as important as letters and text understanding. Since visual culture uses contemplative forms for expression, its language and specificity of creation have peculiar features. It is also worth noting that figurative forms are not stable, just like culture itself. They are subject to transformation following the factors of influence. Such as, for example, changes in the value orientations of society, the economic situation, and the experience of a difficult collective traumatic experience. For Ukraine today, this is the war of aggression by Russia. The study of female images through the prism of cultural archetypes provides an opportunity for better understanding of the images themselves and the nature of their construction. In turn, this will help the development of culture in general. Women, as half of the human race, live a unique experience that is reflected in society and culture through female images. In addition to being a prototype for creating figurative forms, a woman is also a carrier of cultural semantics. Therefore, the study of female images with their gender peculiarities opens up a wide field of information, both cultural and social.

■ Analysis of previous studies

In her article “Visual Representations of Gender in Culture: Theoretical and Methodological Approaches to the Study of the Problem”, Candidate of Philosophy S. Kotova-Oliinyk (2009) emphasized the omnipresence of visual culture, which is an indisputable fact (p. 27). The author also takes into account the creation of the concept of norms in society through visual images in the media, advertising, politics, cinema, and other areas. Gender roles that directly affect a person as a cultural subject are formed based on these norms. The author considers the study of visual representations to be one of the key problems of contemporary culture (Kotova-Oliinyk, 2009, p. 27). The selection of female images among the cultural archetypes of Ukraine allows us to pay attention to previously unknown or poorly studied topics

related to gender issues and not only. Analyzing previous studies, we can understand that this topic is relevant today. For example, the article “Archetypal and Narrative Approach to the Socio-Humanitarian Development of Ukraine under Martial Law” by A. Havryliuk (2022). The author emphasizes the importance of cultural archetypes of the people in wartime. The publication organizes the main groups of archetypes by the level of use in scientific and informational discourse. The influence of new areas of activity on male and female archetypes is studied. A. Havryliuk (2022) expresses the opinion that they form the socio-humanitarian narrative basis of the information space of resistance and cohesion of Ukrainians in the war started by Russia (p. 149). The topic of archetypes research in the work of A. Havryliuk (2022) is considered as the latest methodology in understanding the modern socio-humanitarian development of the state with an archetypal narrative approach (p. 149).

We should agree with such a fact because this research model is capable of analysing the present based on archaic established forms of meaningful knowledge by the collective unconscious. Which, in turn, have passed the test of time and experience and can serve as a stable base. The author also considers the breadth of scientific branching, where this scientific method can be applied. A. Havryliuk (2022), notes the archetypal approach as a certain new vision of understanding of the teachings of C. G. Jung by Ukrainian scholars. He calls it a fully formed scientific direction (p. 151).

Since the introduced topic stands at the intersection of many sciences, this creates certain difficulties in its study. However, this intersection of different branches of scientific knowledge reveals previously unknown facts and directions of development. Archetypal studies in the field of philosophy and history and theory of culture of Ukraine have been conducted by N. Baklanova and A. Stepaniuk (2019) in “The Archetype of Woman in the Ukrainian Cultural Tradition”; S. Krymskyi “Archetypes of Ukrainian Culture” (1996), “Archetypes of Ukrainian Mentality” (2006); Y. Kalakura, O. Rafalsky, M. Yuriy (2017) “The Mental Dimension of Ukrainian Civilization”. This topic was also covered in their scientific works by O. Bohomolets, T. Donii, O. Zubarieva, V. Kotsur, N. Kovtun, A. Makarova, V. Menzhulin, V. Mareniuk, M. Mishchenko, R. Polishchuk, M. Popovych, I. Protsyk, T. Pularia, Y. Sabadash, and others.

The paper by C. Kotova-Oliinyk (2009), “Visual Representations of Gender in Culture: Theoretical and Methodological Approaches to the Study of the Problem”, outlines the change in paradigms of world perception from verbal to visual (p. 27). The author notes that the study of visual culture has caused a “revolution in the humanities”, noting the expansion of the visual in the modern world as the reason (Kotova-Oliinyk, 2009, p. 27). In her article “The Visual Turn in Culture and Cultural Studies”, O. Briukhovetska (2018) defines the excess of images as the basis for characterizing contemporary global culture (p. 130). This phenomenon has also been evaluated by artists and scholars: J.-L. Comolli, D. Burstyn, I. Calvino, and G. Boehm. Scientists around the world began to note the dominant trends in the visual with the development of scientific and technological progress of mankind. Among them: V. Benjamin, J. Baudrillard, A. L. Boylen, G. Debord, M. Jay, M. McLuhan, T. J. Mitchell, G. Pollock, M. Foucault, P. Stompka. The study mentions the

“methodological anarchism” consciously proclaimed by researchers in visual studies as “de-disciplinary practices” according to W. J. T. Mitchell (Briukhovetska, 2018, p. 132). The author notes that people experience discomfort from the mass of visual images. This thesis is supported by the words of famous cultural and artistic figures. For example, the French director, writer, and editor J.-L. Comolli called this phenomenon “the frenzy of the visible”, the University of Chicago historian D. Burstyn called it “The Graphic Revolution”, and the Italian writer I. Calvino called it “a downpour, a cloud of images” (Briukhovetska, 2018, p. 130). All of them are united by the assessment of such developments in a pessimistic and pathological way. As a result, O. Briukhovetska writes that the feeling of discomfort generated by the massiveness of the visual encourages further research and comprehension of its impact on society. This is something to work with because this area of research can help shape and direct visual culture for the benefit of humans.

■ The aim of the article

The aim of the article is to study female images as a cultural and social form through the prism of archetypes, their origins and current state; to consider the specifics of creation and the basis, inherent characteristics of images; to find archetypal representations in female visual images, to establish their place in the development of Ukrainian culture today. In the process of scientific research, theoretical and empirical methods of scientific knowledge with phenomenological and semiotic approaches were used. With the help of cultural analysis with a phenomenological approach, the archetypes in the female images of the visual culture of Ukraine were found, their features were identified and transformations were noted, the process of creation from the origins to the military present was traced; the logical approach revealed the relationships between archetypes and female images; the collected facts and materials were synthesized together in a comprehensive coverage of the topic under study. Using the empirical method, the author compares and contrasts the forms of expression of visual images of women and their characteristics with the original archetypal representations. The images and their meanings are interpreted using the hermeneutic method of research with semiotic understanding.

■ Study results

The study of visual images in the modern world has not only remained relevant since the beginning of the visual turn but is also growing. After all, technologies are evolving, and visual culture is being filled with new types of visual images, projections, etc. Undoubtedly, all of this affects human life and society as a whole and requires a comprehensive study by cultural studies and other sciences.

Doctor of Cultural Studies Yulia Sabadash (2022) explores this issue in her article “Problem Space of Ukrainian Cultural Studies: 2019–2021 Experience”. In the course of the study, the author notes the prominent place of the “crossroads” between cultural studies and such humanities as philosophy, history, psychology, and art history (p. 84).

In the middle of this crossroads of sciences is the cultural phenomenon of the female image in visual culture through the prism of archetypes. The very understanding

of archetypes was discovered and substantiated in his works by the famous scientist in the field of psychology and cultural history C. G. Yung. He interpreted them as innate universal structures that are the content of this collective unconscious (Yung, 2018, p. 12). The doctrine of archetypes and the collective unconscious draw figurative parallels that are present in mythologies, religions, scientific, alchemical, and philosophical teachings of the world, dreams and fantasies of people. Through this the author reveals these archetypes and describes them. The author also explores the direct influence of this phenomenon on the personality formation, which is especially important. In addition to a well-grounded philosophical concept of a millennial philosophical tradition, the work of this researcher is based on many years of psychiatric and psychotherapeutic practice. In turn, they are interpreted through a huge layer of anthropological, cultural, and religious knowledge (Yung, 2018, p. 10). Yung's main archetypes are anima, animus, shadow, trickster, mother, child, and self. The author emphasizes the archaic mythological way of thinking inherent in the unconscious, referring to the scientist Sigmund Freud as one of his predecessors (Yung, 2018, p. 9). Fairy tales and myths, which have been passed down from generation to generation for a long time, are called vivid and familiar environments where archetypes find their expression. In essence, an archetype is an unconscious content. However, as soon as it is perceived and realized, it changes according to the individual consciousness in which it appears. The scientist also distinguishes between the archetype concepts and archetypal representations, referring to the former as a "hypothetical unobserved pattern" (Yung, 2018, p. 14). Thus, the visual image that we get in our imagination can be attributed to an archetypal representation that is transformed by the consciousness of a particular individual. Which, in turn, is based on generally accepted norms and experience in the world around us. After that, the image then finds its expression through the visual means of visual culture. In this way, we can trace the formation of any image.

M. Mishchenko (2014), in her article "Ukrainian National Archetypes: From the Collective Unconscious to Conscious National Identity (on the Relevance of the Methodology of Archetypal Analysis)" raises the issue of the influence of archetypal forms on the sense of belonging to the people, country, and place of birth and residence. Given the information provided in this publication, in addition to the value of historical and philosophical retrospection of the worldview through the study of archetypes, it is important to use them as a timeless universal form. Which acts as a repeater of spirituality and correlates with reality. The author also notes the possibility of determining the structure of consciousness and the dominants of the mentality of the people through the study of figurative archetypes. M. Mishchenko (2014) emphasizes the need to develop a stable cultural canon in Ukraine. With the subsequent construction of a new worldview centered on a living myth (p. 6). Thus, this topic is of great relevance in building a patriotic and conscious society. The concept of a living myth can be interpreted as a form of explanation of the state-building national identity. It is formed directly from the history and experience that the nation lives through, developing certain cultural symbols through living together. This is especially acute in times of war. The appeal of citizens to the origins and the creation of new cultural symbols amid difficult and sometimes horrific events strengthens national identity and

helps in the struggle. In his work “Archetypal and Narrative Approach to the Socio-Humanitarian Development of Ukraine under Martial Law”, A. Havryliuk (2022) argues that “through the prism of the primordial archetype” national narratives are designed to strengthen national identity (p. 154). This is exactly what has happened in the present time since the beginning of the full-scale invasion of Ukraine by the terrorist country of Russia. We can observe their manifestation today through ideological messages and content aimed at uniting the people and maintaining morale. Let us consider the archetype in the female images described by A. Havryliuk (2022). The author calls the archetype of the “woman-mother-berehynia” the main archetypal image of Ukrainian culture (p. 154). She presents it among others as the highest substance of worldly wisdom and an educational ideal that is identified with the social ideal of the Motherland (Havryliuk, 2022, p. 154). It is difficult to overestimate the archetype of the mother because in the minds of every person it is of paramount importance in the literal sense. A vivid female character in the lead role is embodied in the modern four-episode drama *Mom* (2020). The image of a mother appears before the audience in the usual role of a working “mother” who lives her ordinary life. The woman’s life is disrupted by her worries about her son’s life. He goes to war and is later captured. However, the film depicts not just a suffering mother but a mother who acts and takes a desperate step and enters the non-government-controlled areas of Ukraine to save her son. The maternal image in the film “Mother”, although it retains the sanctity of the cult of the mother, is transformed and acquires new features. Thus, it changes from inactive, limited to suffering at home for her son — a soldier, to active, free and indomitable, able to influence events and control her own destiny (Zaspa, 2021, p. 58). The film “The Vision of a Butterfly” (2022) also raises the archetype of the mother. However, this is the archetype of a mother who does not know the happiness of motherhood because she gained this experience by force from the enemy. The painful topic of rape and acceptance of the horror experienced in captivity by a Ukrainian military aerial reconnaissance woman is revealed. The woman faces the choice of whether to give birth to this child at all, which is further complicated by life events. The key reason for this remains the war. Still, the heroine chooses to give birth. However, she releases the child into the world with another mother. Thus, the mother archetype retains its nature but changes under the pressure of circumstances. Taking from the original source, the main mission is to bring into the world. Meanwhile, the archetype of the child retains its full form without change.

Archetype researcher K. Khoptynska (2021) has created a national Ukrainian archetypes system. The author argues that female archetypes are more ancient in origin and are endowed with character names. Let’s take a look at the nymph archetype. K. Khoptynska defines it as the oldest, pre-civilizational, and even pre-pagan, revealing its problematic field. Among the problems are hysteria, living in a magical world, and disregard for the rules of society, which can lead to judgment. The author also talks about the chthonic fear that a nymph can cause through its manifestations. Therefore, in the author’s opinion, this is taboo in everyday life and finds its only acceptable manifestation in creativity. An example is the song “Lullaby for the Enemy” (2019) by an artist with the pseudonym Stasik (Khoptynska, 2021). A music video was also filmed for this song and published on the world-famous YouTube plat-

form. The audiovisual work has received more than one and a half million views and a new wave of attention since the beginning of Russia's full-scale invasion of Ukraine. The performer herself, who is also a Ukrainian military officer, noted in an interview with DTF Magazine that vocals are "a tool for expressing herself" (Voloshchuk, 2022). Anastasiia Shevchenko, her real name, emphasized the importance of "visual contact" in music for better communication with the audience (Voloshchuk, 2022). Shevchenko is a participant in the fighting in Donbas (2014) and a current military medic. Therefore, according to Anastasia, the war experience directly influenced the formation of her personality. This is actually reflected in her works: the music video "Through the Hops" (Stasik, 2016), the aforementioned "Lullaby for the Enemy" (Stasik, 2019), and the new audiovisual work "Heroes Die" (Stasik, 2023). Let's look at the visual component of the works. In terms of the chronology of release, the first is the video for the song "Through the Hops".

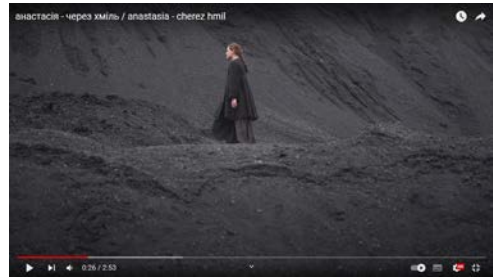
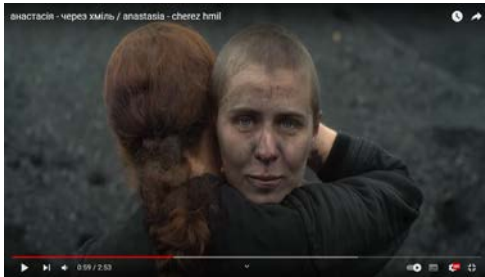


Fig. 1.1 and 1.2. Shots from the music video by Stasik (2016) for the song "Through the Hops"

The video begins with close shots of the ground, then we see a female figure walking on it (Fig. 1.1). The woman is dressed in dark clothes similar to the traditional old Ukrainian costume (skirt and yupka). The emphasis on the shoes is interesting, at the moment when the heroine takes off her shoes, throwing off her military boots. In this way, we can trace the connection between the events unfolding in the frame and the war. Which is actually what the song is about: "I was going through the hops... Hops... And to the war... Don't wait for me, friend, I'll die there" (Stasik, 2016). From the words and the picture, one can understand that this story is about death. In this case, she does not appear in a clichéd form with a scythe but retains her role in a person's life, taking them "to the next world". Death finds the video protagonist on the ground by stepping on her lips. Then it digs her up, hugs her, and the girl smiles back (Fig. 1.2). After that, the body is washed with water. The ritual of washing the body after death is found in many traditions and customs of different peoples and religions. In particular, in Christianity. The main character appears in the frame with short, shaved hair. This hairstyle may also suggest her connection to military service, where it is often in demand. She wears a T-shirt that almost merges with his body color. It reflects a commonly used folk proverb: "We will all die and take nothing with us". This means that before the God, death, a person will appear naked, as he or she came into this world. Another symbolic moment in

the video is the covering of the body. Death covers the girl with a light cloth, similar to a homespun cloth. This rite in the Christian burial culture, according to the clergyman V. Slobodian (2020), “directly refers to the baptismal garment, a sign of dressing in Christ (cf. Galatians 3:27)”. V. Slobodian (2020) also writes in his article “Customs of a Decent Farewell: Folk Funeral Traditions” that before closing the coffin at the cemetery, the whole body is covered with this cloth. In the clip, after the covering, death picks up the covered girl and carries her away. In the gestures and actions of the death image, one can also see similarities with the archetype features of a mother who carries her child in her arms, washes and cares for it. Thus, death performs the same actions after a person dies. It is important to summarize that, in the video, we do not see any obvious symbols and signs of burial or death. Such as, for example, a funeral procession, lamps, a coffin, etc. However, through characters’ visual forms, colors and moods, we understand what the video is about. Based on the above studies, we can assume that these images raise archetypal representations in the subconscious. Which are superimposed on personal perception and experience. As a result of comprehension and awareness, an understanding of the revised philosophical and symbolic history appears. In her study “Death as a Concept-Archetype of the Holiday Microconceptosphere”, scholar N. Plotnikova (2013) refers to it as a cultural archetype. This refers to the division of archetypes by C. Yung into psychological and cultural ones. The psychological ones, in turn, “come from the memory of the family (the archetype of one’s own, water)”, and the cultural ones, from the cultural experience of mankind “(the archetype of the trinity, life, death)” (Plotnikova, 2013, p. 204). Thus, the archetype of the nymph, to which the archetype researcher K. Khoptynska refers to the work of the artist Stasik, can also be attributed to the cultural one. Analyzing the following audiovisual works of the aforementioned artist dedicated to the theme of war, similar symbols and visual means were found. For example, the image of the earth is present in all of these works. In the video visuals for the song “Lullaby for the Enemy”, the first thing the viewer sees is a female image in a white dress against a black ground (Figures 4.1 and 4.2). The white, long-cut, button-down shirt on a dark background suggests associations with the image of a clergyman or nun.



Fig. 2.1. and 2.2. Shots from the video for the song
“Lullaby for the Enemy” (Stasik, 2019)

In combination with the text's reference to the enemy, "Sleep" can be interpreted as a rite of passage. In this way, a spiritual and cultural archetype rises to the surface, as it contains sacred features. This audiovisual work is intended to terrify the enemy and demonstrates the author's position on the Russian invasion. Therefore, the visuals and lyrics of the song work for the intended purpose. The words "You wanted this land, so now mix with it and become my land yourself. Sleep..." clearly demonstrate the cause-and-effect relationship of Ukrainians defending their own state borders (Stasik, 2019). Also, since this song is called a lullaby, the archetype of the mother is also raised. A mother sings a lullaby to her children. However, from the context of the words "You will sleep in the cold ground like a child in my womb. You are forever in captivity. Sleep...", it becomes clear that it is the archetype of Mother Earth that is referred to (Fig. 2.2.). Which A. Havryliuk (2022), based on scientific research, refers to as an established type of universal archetype (p. 153). The newest song by Stasik, "Heroes Die", is dedicated to the fallen heroes of Ukraine in the war with the invading Russia. It raises the issue of death in war. In this audiovisual work, we also see shots of the earth, which is highlighted in orange. This image can symbolize the land that literally burns from military shells on the battlefield. The performer reappears in the frame, first in a long white dress, which later changes to black. The black dress and the headdress she is wearing resemble the archetypal representation of a nun even more than in her previous work. This image can also be perceived as an image of death, which takes the fallen heroes. Some shots demonstrate through facial expressions and gestures the pain and suffering of the protagonist, compassion and love for those whom she conditionally takes away. Based on the interaction between the main female character and the protagonists, we can again draw an analogy with the archetype of a mother, wife, or sister. A woman who suffers from loss, sympathizes and worries, and, of course, as a mother, loves and cherishes her own children. Thus, one female image contains several archetypes that can be found at once. The changes in the colors of the characters' clothes occur several times and can symbolize certain transitions of the soul on the way to the world of the dead. The characters are sitting in a boat, which is a well-known symbol of crossing to the other world. In addition to the above archetypes, we should also consider the archetypal image of the hero. In this case, we see women and men of different ages, naked or wearing the same clothes. This suggests that anyone can be a hero today. It is important to note that the characters are either active military personnel or past war veterans.

For example, the video for the song "Enemy" (Endzhi Kreida, 2022) by the alt-pop band Angie Crayon raises another cultural mystical archetype, the image of a witch. In the frame, we see women in dark clothes who are divining and casting spells on the enemy (Fig. 4.1). The visuals are also reinforced by witch attributes in the form of skulls, voodoo dolls, candles, etc. The footage includes videos of the destruction caused by the enemy to Ukraine (Fig. 4.2). Among the visual and verbal content, one can also find archetypes of mother, wife, child, and homeland.



Fig. 3.1 and 3.2. Shots from the video by Stasik for the song "Heroes Die" (Stasik, 2023).

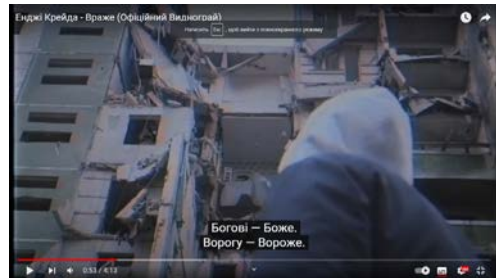
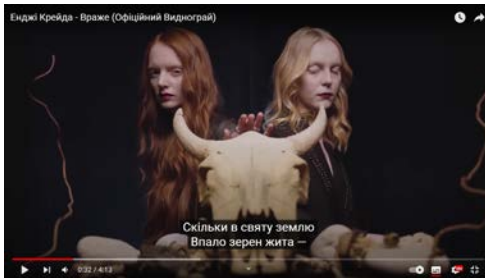


Fig. 4.1 and 4.2. Shots from the video of the alt-pop band Angie Crayon for the song "Enemy" (Endzhi Kreida, 2022)

Conclusions

Using the cultural analysis of the above samples of visual culture alone, a significant number of archetypal representations in women's images were identified. In fact, for each of the images of any visual form, one can find its proto-image, its initial representation. An archetype can acquire different features depending on many factors of reality. In addition, the presence of a shadow, according to C. Yung, is characteristic of the images. In each image, the shadow reflects the duality of the world, its dark side, which is present in everything. The archetype and the visual image are directly connected through the path of creation. Archetypal representations form culture, serving as a basis. Culture, by virtue of its own development, transforms the original image itself, endowing it with features obtained as a result of changes in reality. The influence of archetypes on the strengthening of national identity is also revealed, thus occupying an undeniably important place in the development and formation of modern Ukrainian culture.

Список посилань

- Бакланова, Н., & Степанюк, А. (2019). Архетип жінки в українській культурній традиції. В *Історичний досвід і сучасність* [Матеріали конференції] (Вип. 36, с. 75–77). Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського

- Брюховецька, О. В. (2018). Візуальний поворот у культурі і культурології. В М. А. Собоуцький, Д. О. Король, & Ю. В. Джулай (Ред.), *Культурологія: Могилянська школа* (с. 130–165). Олег Філюк.
- Волощук, В. (2022, 24 грудня). Стасік: «Я боюся, що більше нічого не напишу, що я більше не співачка». *DTF Magazine*. <https://donttakefake.com/stasik-ya-boyusya-shho-bilshe-nichogo-ne-napyshe-shho-ya-bilshe-ne-spivachka/>
- Гаврилук, А. М. (2022). Архетипно-нарративний підхід до соціогуманітарного розвитку України в умовах воєнного стану. *Питання культурології*, 40, 149–165. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269369>
- Енджі Крейда. (2022, 23 травня). *Енджі Крейда - Враже (Офіційний Видноград)*. [Відео]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=cdEEff7_rU
- Заспа, І. (2021, 24 листопада). Модуси жіночого образу в сучасному українському кіно. В *Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу* [Матеріали конференції] (с. 67–70). Видавничий центр КНУКіМ.
- Калакура, Я. С., Рафальський, О. О., & Юрій, М. Ю. (2017). *Ментальний вимір української цивілізації*. Генеза.
- Котова-Олійник, С. В. (2009). Візуальні репрезентації ґендеру в культурі: теоретичні та методологічні підходи до вивчення проблеми. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки*, 47, 27–32. http://eprints.zu.edu.ua/3453/1/5_47_.pdf
- Кримський, С. (1996). Архетипи української культури. В В. Шинкарук, & Є. Бистрицький (Ред.), *Феномен української культури: методологічні засади осмислення* (с. 91–112). Фенікс.
- Кримський, С. (2006). Архетипи української ментальності. В М. В. Попович (Ред.), *Проблеми теорії ментальності* (с. 273–299). Наукова думка.
- Мищенко, М. М. (2014). Українські національні архетипи: від колективного несвідомого до усвідомленої національної ідентичності (до актуальності методології архетипічного аналізу). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Філософія. Філософські перипетії*, 1130(51), 90–94.
- Плотнікова, Н. В. (2013). Смерть як концепт-архетип мікроконцептосфери святки. *Лінгвістичні дослідження*, 35, 202–209.
- Слободян, В. (2020, 18 березня). *Звичай гідного прощання: народні поховальні традиції*. *Verbum*. <https://www.verbum.com.ua/03/2020/death-not-part/burial-folk-customs/>
- Стасік. (2016, 15 листопада). *Анастасія - Через Хмілы* [Відео]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=CjM957R_Hil
- Стасік. (2019, 19 вересня). *Стасік - Колискова для ворога* [Відео]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=40WD9RDAMVc>
- Стасік. (2023, 12 липня). *Стасік - Герої вмирають* [Відео]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=JTUxJNb4LBg>
- Хоптинська, К. (2021, 7 липня). *Базові українські архетипи. Система національних архетипів*. *Medium*. <https://medium.com/khoptynska>
- Юнг, К. Г. (2018). *Архетипи і колективне несвідоме*. Астролябія.
- Sabadash, Yu. (2022). Problem Space of Ukrainian Cultural Studies: 2019–2021 Experience. *Culture and Arts in the Modern World*, 23, 75–84. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.23.2022.260966>

References

- Baklanova, N., & Stepaniuk, A. (2019). Arkhetyp zhinky v ukrainskii kulturnii tradytsii [The archetype of a woman in the Ukrainian cultural tradition]. In *Istorychnyi dosvid i suchasnist* [Historical experience and modernity] [Conference materials] (Iss. 36, pp. 75–77). South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky [in Ukrainian].
- Briukhovetska, O. V. (2018). Vizualnyi povorot u kulturi i kulturolohii [A visual turn in culture and cultural studies]. In M. A. Sobutskyi, D. O. Korol, & Yu. V. Dzhulai (Eds.), *Kulturolohii: Mohylianska shkola* (pp. 130–165). Oleh Filiuk [in Ukrainian].
- Endzhi Kreida. (2022, May 23). *Endzhi Kreida - Vrazhe (Ofitsiyni Vydnohrai)* [Angie Kreida - Vrazhe (Official Vidnograi)] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cdEEff7_rU [in Ukrainian].
- Havryliuk, A. M. (2022). Arkhetypno-naratyvnyi pidkhid do sotsiohumanitarnoho rozvytku Ukrainy v umovakh voiennoho stanu [An Archetypal and Narrative Approach to the Socio-Humanitarian Development of Ukraine under Martial Law]. *Issues in Cultural Studies*, 40, 149–165. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269369> [in Ukrainian].
- Kalakura, Ya. S., Rafalskyi, O. O., & Yurii, M. Yu. (2017). *Mentalnyi vymir ukrainskoi tsyvilizatsii* [The mental dimension of Ukrainian civilization]. Heneza [in Ukrainian].
- Khoptynska, K. (2021, July 7). *Bazovi ukrainski arkhetypy. Systema natsionalnykh arkhetypiv* [Basic Ukrainian archetypes. System of national archetypes]. Medium. <https://medium.com/khoptynska> [in Ukrainian].
- Kotova-Oliinyk, S. V. (2009). Vizualni reprezentatsii genderu v kulturi: teoretychni ta metodolohichni pidkhody do vyvchennia problemy [Visual representations of gender in culture: theoretical and methodological approaches to the study of the problem]. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*, 47, 27–32. http://eprints.zu.edu.ua/3453/1/5_47_.pdf [in Ukrainian].
- Krymskyi, S. (1996). Arkhetypy ukrainskoi kultury [Archetypes of Ukrainian culture]. In V. Shynkaruk, & Ye. Bystrytskyi (Ed.), *Fenomen ukrainskoi kultury: metodolohichni zasady osmyslennia* [The phenomenon of Ukrainian culture: methodological foundations of understanding] (pp. 91–112). Feniks [in Ukrainian].
- Krymskyi, S. (2006). Arkhetypy ukrainskoi mentalnosti [Archetypes of the Ukrainian mentality]. In M. V. Popovych (Eds.), *Problemy teorii mentalnosti* [Problems of the theory of mentality] (pp. 273–299). Naukova dumka [in Ukrainian].
- Mishchenko, M. M. (2014). Ukrainski natsionalni arkhetypy: vid kolektyvnoho nesvidomoho do usvidomlenoi natsionalnoi identychnosti (do aktualnosti metodolohii arkhetypichnoho analizu) [Ukrainian national archetypes: from collective unconscious to conscious national identity (on the relevance of the methodology of archetypal analysis)]. *Journal of V. N. Karazin Kharkiv national university, Series "Philosophy. Philosophical Peripeteias"*, 1130(51), 90–94 [in Ukrainian].
- Plotnikova, N. V. (2013). Smert yak kontsept-arkhetyp mikrokontseptosfery sviatky [Death as a concept-archetype of the micro-conceptosphere of the holiday]. *Linhvistychni doslidzhennia*, 35, 202–209 [in Ukrainian].
- Sabadash, Yu. (2022). Problem Space of Ukrainian Cultural Studies: 2019–2021 Experience. *Culture and Arts in the Modern World*, 23, 75–84. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.23.2022.260966> [in English].

- Slobodian, V. (2020, March 18). *Zvychai hidnogo proshchannia: narodni pokhovalni tradytsii* [Customs of a dignified farewell: folk funeral traditions]. Verbum. <https://www.verbum.com.ua/03/2020/death-not-part/burial-folk-customs/> [in Ukrainian].
- Stasik. (2016, November 15). *Anastasiia - Cherez Khmil* [Anastasiia - Through the Hops]. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=CjM957R_Hil [in Ukrainian].
- Stasik. (2019, September 19). *STASIK - Kolyskova dlia voroha* [STASIK - A lullaby for the enemy] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=40WD9RDAMVc> [in Ukrainian].
- Stasik. (2023, July 12). *STASIK - Heroi vmyraiut* [STASIK - Heroes die] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JTUxJNb4LBg> [in Ukrainian].
- Voloshchuk, V. (2022, December 24). *Stasik: "Ia boiusia, shcho bilshe nichoho ne napyshu, shcho ya bilshe ne spivachka"* [Stasik: "I'm afraid that I won't write anything anymore, that I'm no longer a singer"]. DTF Magazine. <https://donttakefake.com/stasik-ya-boyusya-shho-bilshe-nichogo-ne-napyshu-shho-ya-bilshe-ne-spivachka/> [in Ukrainian].
- Yung, K. G. (2018). *Arkhetypy i kolektyvne nesvidome* [Archetypes and the collective unconscious]. Astroliabiia [in Ukrainian].
- Zaspa, I. (2021, November 24). *Modusy zhinochoho obrazu v suchasnomu ukrainskomu kino* [Modes of the female image in modern Ukrainian cinema]. In *Molodizhna nauka KNUKiM - 2021. Kulturno-mystetska osvita u vyklykakh chasu* [Youth science KNUKiM - 2021. Cultural and artistic education in the challenges of time] [Conference materials] (pp. 67–70). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].

ЖІНОЧІ ОБРАЗИ СУЧАСНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ КРІЗЬ ПРИЗМУ АРХЕТИПІВ: ВОЄННИЙ ЧАС

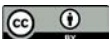
Ірина Заспа

*Аспірантка,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0003-0648-1901
e-mail: duymovochkaira@gmail.com*

Мета статті — дослідити жіночі образи як культурно-соціальну форму крізь призму архетипів; розглянути головні характеристики образів, їх витоки та сучасний стан, специфіку творення та підґрунтя; віднайти архетипні уявлення у жіночих візуальних образах, встановити їх місце в розвитку культури України на сьогодні. *В результаті* наукового дослідження віднайдено архетипи у вибраних жіночих образах візуальної культури України, визначено їх особливості та зазначено трансформації. Прослідковано процес творення від витоків до воєнного сьогодення. Виявлено взаємозв'язки між архетипами та жіночими образами. Застосування емпіричного методу дало змогу зіставити форми виразу візуальних образів жінки із початковими архетипними уявленнями.

Образи та їх значення трактовано за допомогою герменевтичного методу дослідження із семіотичним осмисленням. Синтезовано зібрані факти та матеріали в комплексному висвітленні досліджуваної теми. Результати досліджень формують підґрунтя для подальшого вивчення окресленої теми. *Наукова новизна*. Вперше зроблено спробу культурологічного дослідження вибраних жіночих образів у візуальній культурі України воєнного часу крізь призму архетипів та їх семіотичного розшифрування на конкретних прикладах. *Висновки*. У дослідженні розглянуто та проаналізовано вибрані жіночі образи у візуальній культурі України воєнного часу крізь призму архетипів; відстежено та пояснено на базі наукової розвідки шляхи їхнього утворення і підґрунтя; окреслено трансформації, виділено особливості, простежено взаємозв'язки змін дійсності суспільства та культури; встановлено й опрацьовано взаємозв'язки між архетипом та візуальним образом, виявлено їх вплив на розвиток культури та укріплення національної ідентичності, встановлено їх місце в розвитку сучасної культури України.

■ **Ключові слова:** жіночі образи; візуальна культура України; культурні символи; людина та культура; жінка в культурі; архетипи; архетипні уявлення; візуальне мистецтво



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293764
УДК 001.895:130.2]:17.023.32(477)

ІННОВАЦІЇ СВЯТКУВАННЯ 300-РІЧЧЯ Г. СКОВОРОДИ В УКРАЇНІ: ЗАПИТ НА НАЦІОНАЛЬНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ

Катерина Кириленко

Доктор педагогічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-3303-3947
e-mail: kf919@ukr.net

Для цитування:

Кириленко, К. (2023) Інновації святкування 300-річчя Г. Сковороди в Україні: запит на національну ідентичність. *Питання культурології*, 42, 116–126. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293764>

Мета статті — проаналізувати культурно-мистецькі події з нагоди відзначення 300-річчя від дня народження Г. Сковороди як свідчення зростання потреби в суспільстві в дедалі більшій кількості проявів української національної ідентичності. *Результати дослідження* засвідчили: повага до ідентичності є базовим принципом демократичного суспільства. Скривджена ідентичність дестабілізує суспільство, бо є одним із найпотужніших мотиваторів боротьби за власну гідність. Натомість наявність можливостей до вияву власної ідентичності мотивує розвиток особистості, сприяє появі нового самобутнього культурного продукту. Необхідною умовою розвитку культури в сучасних умовах є шанування різних форм ідентичності (насамперед національної). У суспільстві зростає запит на українську національну ідентичність, активно триває пошук її маркерів. *Наукова новизна* статті полягає в аналізі культурно-мистецьких подій, що відбулися 2022 року в Україні, як свідчень суспільного пошуку несфальшованих росією українських інтелектуальних героїв, очищення інформаційного простору України від наративів російської пропаганди. Інфопростір росії тривалий час моделюється відповідно до владних амбіцій кремля й не має нічого спільного зі світом наявного, оскільки це простір штучно створеної, віддаленої від реальності дійсності. Його ідеологи намагаються не лише утримувати в ньому своїх співгромадян і маніпулювати їхньою свідомістю, але й накинути таке світосприйняття українцям з метою знищення української ідентичності. *Висновки*. Проаналізовано культурно-мистецькі події з нагоди відзначення 300-річчя від дня народження Г. Сковороди, узагальнено отримані результати. Встановлено, що в українському суспільстві, особливо серед молоді, зростає потреба ідентифікувати себе як носія української ідентичності; відбувається пошук маркерів української ідентичності серед мислителів минулих століть; напрацьовуються новітні культурно-мистецькі форми

вияву української ідентичності; зростає попит на декларування власної української національної ідентичності.

■ **Ключові слова:** національна ідентичність; українська ідентичність; маркери української ідентичності; Григорій Сковорода

■ Вступ

Важливу роль у становленні особистості відіграє усвідомлення нею своєї приналежності до певної нації, утвердження власної «національної ідентичності». Це поняття «означає широкий комплекс індивідуалізованих і неіндивідуалізованих міжособистісних зв'язків та історичних уявлень, який становить основу самоідентифікації окремих осіб і груп людей з певною нацією як самобутньою спільнотою, що має свою історичну територію, мову, історичну пам'ять, культуру, міфи, традиції, об'єкти поклоніння, національну ідею» (Нагорна, 2005). Пошук своєї національної ідентичності, усвідомлення приналежності до історії та культури певної нації закономірно пов'язані з необхідністю задоволення потреби у вияві власної самобутності через призму національних традицій. Історико-культурна спадщина в цьому процесі щоразу по-новому засвоюється людиною як власний досвід через встановлення особистісного діалогу з діями минулих епох, рефлексування над подіями минулого.

Тривале перебування України під тиском тоталітарних суспільних утворень спричинило викривлення наших історичних і культурних здобутків, які або привласнювалися окупаційною ідеологією, або спотворювалися згідно з її постулатами. Потреба вивчення свого минулого, звільнення від зовнішніх пропагандистських наративів через 30 років після відновлення української незалежності не стала менш нагальною. Поряд із розбудовою незалежної української держави на теренах рф тривало формування новітньої імперії, яка дедалі більше декларувала свою приналежність до політичних систем минулого та демонструвала готовність знищити все українське. Повномасштабне вторгнення росії на територію суверенної України 24 лютого 2022 року не лишило жодних сумнівів у бажанні ворога зреалізувати ці наміри.

Українське суспільство блискавично згуртувалося для захисту своїх територій і відсічі імперським зазіханням на власну самобутність. Агресія росії, що перейшла в геноцид українського народу, спрямована на фізичне та духовне винищення всіх, хто ідентифікує себе українцем, незалежно від мови, віросповідання чи інших ознак. Нагальною потребою кожного свідомого громадянина за цих умов стало відмежування від російського культурного простору як середовища формування тоталітарної ідеології та терористичних суспільних практик, засвідчення й оприявлення своєї української національної ідентичності. Цей процес супроводжується переглядом історичного минулого щодо його очищення від ідеологем російської пропаганди, створенням власного пантеону інтелектуальних героїв, пошуком маркерів української ідентичності.

Культурно-мистецьке життя в Україні за умов війни переорієнтувалося на підтримку бойового духу захисників, а мотиватором розвитку культурного простору України став пошук нових культурно-мистецьких форм вияву української

національної ідентичності. Однією зі знакових подій, що на цьому підґрунті згуртували українців, стало відзначення 300-річчя Г. Сковороди.

■ Аналіз попередніх досліджень

Відзначення 300-річчя від дня народження Г. Сковороди активно висвітлювалося в численних медіаресурсах. Заходи з нагоди відзначення події мали різноманітні форми покликання на наукову та науково-популярну літературу, присвячену вивченню життєвого та творчого спадку мислителя (Єрмоленко, 2020; Попович, 2007; Ушкалов, 2017, 2019). Подія стимулювала наукову спільноту до напрацювання нових теоретичних студій, предметом аналізу яких є доробок мислителя (Зіненко & Зіненко (Редько), 2022; Кремень, 2022). Натомість події, що були приурочені до ювілею філософа, хоч і висвітлювалися в науковій літературі (Кириленко, 2022), але не аналізувалися в контексті вивчення зростання потреби на вияв національної ідентичності в українському суспільстві.

■ Мета статті

Мета статті — проаналізувати культурно-мистецькі події з відзначення 300-річчя від дня народження Г. Сковороди як свідчення зростання потреби в суспільстві в дедалі більшій кількості проявів української національної ідентичності.

■ Результати дослідження

300-річчя Г. Сковороди увійшло до переліку ювілейних дат ЮНЕСКО 2022 року (Постійне представництво України, 2021) задовго до повномасштабного вторгнення та відзначалося в Україні на державному рівні попри активні воєнні дії (Міністерство культури та інформаційної політики України, 2022). Подія активізувала культурно-мистецьке життя, стимулювала небайдужу громадськість до пошуку нестандартних ідей у напрямі долучення до пошанування мислителя. Ще до початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, за 300 днів до ювілейного, 300-річного дня народження філософа, Міністерство культури та інформаційної політики України оголосило старт національної кампанії «Світ Сковороди», презентувало її айдентичку та заклиало широку громадськість до взаємодії. Ювілейний рік став складним не лише для України, але й для спадщини філософа. Російська ракета у травні 2022 року влучила в музей Сковороди в с. Сковородинівка (Харківська область), зруйнувала приміщення та знищила унікальні експонати. Вцілілий пам'ятник філософу на руїнах музею з тиражованих фото з місця події промовисто закликав до пошуку новітніх форм спротиву варварству, що руйнує культуру. Сам мислитель неначе став вояком духовного війська України, яке постало на оборону ціннісних підвалин її буття.

З новою силою в українському суспільстві активізувалося обговорення сутності української ідентичності. Не лише політичні діячі та громадські активісти, але й велика кількість пересічних українців почала активно шукати для себе серед історичних постатей минулого актуальні нині маркери української ідентичності. Унікальність життєвого шляху Г. Сковороди та глибина його творів, «полізімовність духовного світу українського філософа» та «нестандартність його

мислення» (Кремень, 2022) створили ефект перманентної непрочитаності ідей мислителя, запит на опанування яких зростає. Цю потребу новітня російсько-українська війна актуалізувала з новою силою.

Для висвітлення кількості подій у культурних, мистецьких, освітніх установах України, що були присвячені Г. Сковороді ювілейного (2022) року, знадобилося б велике довідкове видання. Здійснений аналіз форм культурно-мистецької рефлексії, що наповнили ці події унікальним змістом, дає змогу виокремити кілька промовистих тенденцій.

1) Поряд із проведенням наукових конференцій, круглих столів, наукових дискусій відбувався активний пошук нестандартних форм презентації окремих напрямів творчості мислителя (як-от: філософія, поезія, музика, малюнок). Мистецька платформа Open Opera Ukraine та культурний простір Squat17B за підтримки Гете Інституту ініціювали проєкт Skovoroda Conversazione. Він проходив майже впродовж місяця (від 26 листопада до 20 грудня 2022 року) та мав на меті збір коштів на відновлення зруйнованого музею філософа. Автори проєкту прагнули «зняти стереотипні уявлення про Сковороду, уявити його як дуже європейську людину, яка суголосна широкому простору, в якому живе» (Гадецька, 2022). Ініціатива передбачала: проведення серії концертів барокової музики, через яку було презентовано музичний світ самого Сковороди та світ європейської барокової традиції, у якій прослідковуються впливи української музики тих часів; спілкування з літературознавцями та філософами про ідеї, що викладені у творах мислителя, проведення діалогів навколо порушених ним питань; організацію виставки нетрадиційних зображень філософа від сучасних митців; презентацію коктейлю з інгредієнтів, що мають алюзію до Г. Сковороди.

Студенти Київського національного університету культури і мистецтв разом із кураторами, викладачами університету Т. Божко та А. Будником, за підтримки Українського культурного фонду (УКФ) зорганізували виставку графічного плаката «Мудрість як зброя» («Сковорода-300»). Вона була презентована в День української писемності та мови 9 листопада 2022 року у Львівському музеї історії релігії, згодом плакати були виставлені в Києві в Центральному будинку художника та виставкових залах Національної спілки художників України. Виставка стала частиною X Всеукраїнського історичного бієнале «Україна від Трипілля до сьогодення в образах сучасних художників». На студентських плакатах філософ постав як дуже сучасна особистість, як письменник, художник, музикант, як хіпстер, блогер, коуч, інфлюенсер сучасного покоління (Київський національний університет культури і мистецтв, 2022).

2) Був здійснений пошук новітніх форм оцифрування Г. Сковороди, введення постаті філософа та його ідей у сучасну віртуальну культуру. Поряд із вже традиційними онлайн-заходами — віртуальні виставки відбулися майже в усіх бібліотеках України, в закладах освіти різних рівнів — мали місце й інноваційні. В Instagram була створена сторінка, позначена іменем філософа. Цей акаунт можна знайти за ніком @skovoroda.today. Ресурс активно популяризує вислови філософа, актуальність яких резонує подіями, що відбуваються на час створення того чи іншого посту. Афоризми філософа ілюструються графічними роботами, стильно та креативно оформлені. У вільному онлайн-доступі з'явилися бук-

трейлери — короткі відеоролики за мотивами окремих творів філософа, розраховані на аудиторію різного віку (Харківська академія неперервної освіти, 2022).

3) Напрацьовано велику кількість новітніх інноваційних навчальних матеріалів в онлайн-форматі. Створено численні електронні ресурси для вивчення творів мислителя. Для прикладу: тест про знання біографії та творів філософа (Байдюк, 2022), ребуси із розгадуванням афоризмів мислителя (Bogosvyatska, б.д.), ресурс з інтерактивними інтелектуальними вправами «Секретний Скворода» (Bogosvyatska, 2022), портал, на якому можна скласти онлайн-пазли різного рівня складності (Bogosvyatska, n.d.).

Цікавою формою ігровою позааудиторного навчального досвіду є проведення Міжнародного інтелектуального студентського онлайн-турніру «#СловоСквороди: ми побудуємо світ кращий!». Організаторами заходу стали Київський національний університет культури і мистецтв та Харківське обласне відділення Української бібліотечної асоціації. Турнір об'єднав понад 100 студентів із 30 закладів освіти (Кириленко & Стратюк, 2022).

За ініціативи кафедри філософії і педагогіки студенти та викладачі КНУКІМ провели онлайн-флешмоб «Нескорені: Скворода і ми». Учасники флешмобу надсилали свої фото з книгами філософа або будь-яким мерчем, пов'язаним із Г. Сквородою. Ці світлини були використані під час створення короткого відеоролика. До ініціативи долучився народний артист України Б. Бенюк. Спеціально для створення відеоряду він прочитав частину твору Г. Сквороди «Розмова п'яти подорожніх про справжнє щастя в житті [Дружня бесіда про душевний спокій]» (Стратюк & Кириленко, 2022).

4) Створено велику кількість різноманітної продукції (книги, одяг, товари побутового вжитку), яка мала споживчий попит.

Книжковий ринок України був активізований споживчим запитом на твори Г. Сквороди та наукову літературу про нього. Активно продавалися та перевидавалися книги попередніх років, читацька аудиторія отримала нову цікаву літературу. Різноманіття літератури яскраво репрезентують такі видання: повна академічна збірка творів Г. Сквороди у 4-х томах видавництва «Фоліо» 2023 року за редакцією Л. Ушкалова; коштовне подарункове видання творів філософа до його 300-річчя того ж видавництва; «Скворода. Найкраще» (твори Г. Сквороди у перекладі Н. Федорака, М. Кашуби та Г. Сварник сучасною українською мовою з ілюстраціями Д. Мовчана надрукувало видавництво Terra Incognita 2018 року (Скворода, 2018)); абетка-енциклопедія «Скворода від А до Я» для родинного читання з ілюстраціями В. Стецьковича та Л. Стецьковича Видавництва Старого Лева (Ушкалов, 2019); «Григорій Скворода — дітям» (вибрані байки переказала О. Виженка та відтворила в малюнках-загадках А. Сезон, книга надрукована у видавництві «Час Майстрів» 2021 року). Споживчий попит мали не лише твори мислителя, але й наукові та науково-популярні розвідки, присвячені вивченню творчості філософа (Ушкалов, 2017; Попович та ін., 2021).

Багато товарів масового споживання виготовлялися з нанесенням мерчу Г. Сквороди (світшоти, худі, футболки, шкарпетки, екторбинки, чашки тощо). Інстаграм-магазини, які з огляду на специфіку роботи дуже оперативно реагують на потреби споживачів, пропонували велике різноманіття такої продукції.

Показовим є і такий факт: Національний банк України у грудні 2022 року увів в обіг пам'ятну банкноту номіналом 500 гривень (саме на цій банкноті розміщено портретне зображення Г. Сковороди), присвячену 300-річчю від дня його народження. На купюрі нанесена символіка святкування цієї події (Національний банк України, 2022). Активність, яку спостерігаємо в українському суспільстві (особливо серед молодого покоління) з відзначення 300-річчя Г. Сковороди, є свідченням зростання в ньому за умов військової агресії росії попиту на українську національну ідентичність, на пошук таких її новітніх маркерів, які б гарантували тяглість української духовної традиції та приналежність до неї сучасників.

Г. Сковорода став ідентифікатором наявності питомо українського духовно-культурного спадку, який не зрікається своєї самості перед імперськими наративами, який чинить спротив будь-яким спробам з боку імперії та її представників бути поглинутим (широкої відомості набула відповідь Г. Сковороди послам цариці Катерини II, які передали запрошення мандрівному мислителю стати придворним філософом: «... я не покину вітчизни: мені сопілка і вівця дорожчі царського вінця» (Ушкалов, 2017, с. 313)). Тож і засвоєння його духовного доробку має бути позбавлене впливів російської пропаганди, міфологем та ідеологем, що нею активно продукуються. Тому й зростає запит на вивчення біографії та творів Г. Сковороди, потреба його очищення від пропагандистських нашарувань.

В умовах війни не припиняється боротьба за спадок Г. Сковороди, дедалі вигадливішими стають спроби російських загарбників привласнити собі українську історію та культуру, зросійщити її представників. Не випадково під час російсько-української війни на тлі популярності серед вітчизняної молоді одягу з висловами Г. Сковороди, 2022 року російські ресурси пропонували аналогічну продукцію з висловами, що написані російською мовою. Таке привласнення української історії, її постатей та їхніх ідей є типовим для пропагандистської індустрії росії. Чинити спротив цій пропаганді, давати рішучу відсіч ворогові українцям допомагають символи власної незламності, нескореності, гідності. Одним із цих символів і став Г. Сковорода: філософ, письменник, інтелектуал.

Відзначення в Україні в умовах воєнного стану 300-річчя від дня народження Г. Сковороди промовисто засвідчує: в суспільстві зростає запит на гуманістичні цінності, «гуманізм <...> посилює свою присутність у культурі» (Поплавський, 2022). Цінності гуманізму можуть бути засвоєні як особистісно значущі лише тоді, коли сприймаються через призму духовної традиції того етносу, з яким людина себе ідентифікує, через усвідомлену приналежність до тієї політичної нації, яка формує світоглядно-ціннісні підвалини самовизначення особистості. Становлення національної ідентичності — це не лише пошук свого шляху долучення до духовних надбань людства, але й інструмент утвердження гуманістичних підвалин буття.

Висновки

Проаналізовано культурно-мистецькі події з нагоди відзначення 300-річчя Г. Сковороди, систематизовано та узагальнено отримані результати. Встановлено, що в українському суспільстві, особливо серед молоді, зростає потреба ідентифікувати себе як носія української національної ідентичності; відбува-

ється пошук маркерів української ідентичності серед мислителів минулих століть; напрацьовуються новітні культурно-мистецькі форми вияву української ідентичності; зростає попит на декларування власної української національної ідентичності. Різноманітність подій, присвячених відзначенню 300-річчя від дня народження Г. Сковороди в умовах запровадження в Україні правового режиму воєнного стану, креативний пошук форм і засобів долучення до творчої спадщини філософа та поета засвідчує зростання в українців потреби у прояві української національної ідентичності та наявність активного пошуку різноманітних способів її проголошення. Наукова новизна дослідження полягає в аналізі культурно-мистецьких подій, що відбулися 2022 року в Україні з нагоди відзначення 300-річчя від дня народження Г. Сковороди, як свідчень суспільного пошуку несфальшованих росією українських інтелектуальних героїв, очищення інформаційного простору України від наративів російської пропаганди. Предметом подальших досліджень має стати аналіз ширшого кола культурно-мистецьких подій України як спроб пошуку українцями шляхів вияву власної національної ідентичності в умовах війни.

■ Список посилань

- Байдюк, М. (2022, 2 грудня). Тест: чи знаєте ви Григорія Сковороду? *Osvita.ua*. <http://osvita.ua/news/lifelonglearn/87912/>
- Гадецька, А. (2022, 23 листопада). Skovoroda Conversazione: як святкуватимуть 300-річчя Григорія Сковороди. *Українське радіо*. <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=100168>
- Єрмоленко, А. М. (2020). Спадщина Г. С. Сковороди і сучасність (до 300-річчя від дня народження) (стенограма наукової доповіді на засіданні Президії НАН України 26 лютого 2022). *Вісник Національної академії наук України*, 4, 68–72.
- Зіненко, Т. М., & Зіненко (Редько), А. В. (2022). Григорій Сковорода як дзеркало української ідентичності (мистецькі твори та проекти з нагоди 300-літнього ювілею). В *Сучасні рецепції світоглядно-ціннісних орієнтирів Григорія Сковороди* (с. 316–329). http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/11440/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%A1%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0_316-329.pdf
- Київський національний університет культури і мистецтв. (2022, 4 грудня). *Унікальні графічні твори до 300-річчя Григорія Сковороди*. <http://knukim.edu.ua/unikalni-grafichni-tvory-do-300-richchya-grygoriya-skovorody/>
- Кириленко, К. (2022, 10 грудня). Традиції та новації шанування Григорія Сковороди як філософа і музиканта у КНУКіМ. В *Музичний світ Григорія Сковороди (до 300-річчя з дня народження видатного філософа, просвітителя, музиканта, поета)* [Матеріали конференції] (с. 20–24). Київський національний університет культури і мистецтв.
- Кириленко, К. М., & Стратюк, В. І. (2022, 14 грудня). *Онлайн-турнір «#СловоСковороди: ми побудуємо світ кращий!»*. Київський національний університет культури і мистецтв. Кафедра філософії і педагогіки. <https://kf.knukim.edu.ua/199-onlajn-turnir-slovoskovorodi-mi-pobuduemo-svit-krashchij.html>

- Кремень, В. Г. (2022). Філософія Григорія Сковороди в контексті людиноцентризму. *Вісник Національної академії педагогічних наук України*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4202>
- Міністерство культури та інформаційної політики України. (2022, 12 жовтня). *Попри війну в Україні на державному рівні відзначатимуть 300-річчя з дня народження Григорія Сковороди*. <https://www.kmu.gov.ua/news/popry-viinu-v-ukraini-na-derzhavnomu-rivni-vidznachatumut-300-richchia-z-dnia-narodzhennia-hryhoriia-skovorody>
- Нагорна, Л. П. (2005). Ідентичність національна. В *Енциклопедія історії України* (Т. 3, с. 415–417). Наукова думка.
- Національний банк України. (2022, 26 грудня). *До 300-річчя від дня народження Григорія Сковороди в обігу з'явиться нова пам'ятна банкнота*. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/do-300-richchya-vid-dnya-narodjennya-grigoriya-skovorodi-v-obigu-zyavitsya-nova-pamyatna-banknota>
- Поплавський, М. М. (2022). Стан та перспективи культурологічних досліджень у контексті ідей гуманізму. *Питання культурології*, 39, 210–219. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.257637>
- Попович, М. (2007). *Григорій Сковорода: філософія свободи*. Майстерня Білецького.
- Попович, М., Кримський, С., & Драч, І. (2021). *Григорій Сковорода*. Фоліо.
- Постійне представництво України при ЮНЕСКО. (2021, 22 грудня). *Ювілеї видатних діячів та історичних подій України у Календарі пам'ятних дат ЮНЕСКО*. <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/yuvileyi-vidatnih-diyachiv-ta-istorichnih-podij-ukrayini-u-kalendari-pamyatnih-dat-yunesko>
- Сковорода, Г. (2018). *Найкраще*. Terra Incognita.
- Стратюк, В. І., & Кириленко, К. М. (2022, 3 грудня). *Григорію Сковороді – 300, або Флешмоб «Нескорені: Сковорода і ми»*. Київський національний університет культури і мистецтв. Кафедра філософії і педагогіки. <https://kf.knukim.edu.ua/197-grigoriyu-skovorodi-300-abo-fleshmob-neskoreni-skovoroda-i-mi.html>
- Ушкалов, Л. (2017). *Ловитва невловного птаха: життя Григорія Сковороди*. Дух і Літера.
- Ушкалов, Л. (2019). *Сковорода від А до Я*. Видавництво Старого Лева.
- Харківська академія неперервної освіти. (2022, 2 декабря). *Сковорода. Харківська область* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/KtLzhsvMVss>
- Bogosvyatska. (б.д.). *Афоризми Григорія Сковороди*. Wordwall. Взято 31 березня, 2023, із <https://wordwall.net/resource/38493106/%d0%b0%d1%84%d0%be%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc%d0%b8-%d0%b3%d1%80%d0%b8%d0%b3%d0%be%d1%80%d1%96%d1%8f-%d1%81%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%be%d1%80%d0%be%d0%b4%d0%b8>
- Bogosvyatska. (n.d.). *Last Puzzles*. Retrieved March 31, 2023, from <https://www.jigsawplanet.com/Bogosvyatska>
- Bogosvyatska. (2022, 26 November). *Secret Clues. Genially*. <https://view.genially/6382395f2b21000019e7d8e9/interactive-content-secret-clues>

References

- Baidiuk, M. (2022, December 2). Test: chy znaiete vy Hryhoriia Skovorodu? [Test: do you know Hryhorii Skovoroda?] *Osvita.ua*. <http://osvita.ua/news/lifelonglearn/87912/> [in Ukrainian].

- Bogosvyatska. (2022, 26 November). Secret Clues. *Genially*. <https://view.genial.ly/6382395f2b21000019e7d8e9/interactive-content-secret-clues> [in Ukrainian].
- Bogosvyatska. (n.d.). *Aforyzmy Hryhoriia Skovorody* [Aphorisms of Hryhorii Skovoroda]. Wordwall. Retrieved March 31, 2023, from <https://wordwall.net/resource/38493106/%d0%b0%d1%84%d0%be%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc%d0%b8-%d0%b3%d1%80%d0%b8%d0%b3%d0%be%d1%80%d1%96%d1%8f-%d1%81%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%be%d1%80%d0%be%d0%b4%d0%b8> [in Ukrainian].
- Bogosvyatska. (n.d.). *Last Puzzles*. Retrieved March 31, 2023, from <https://www.jigsawplanet.com/Bogosvyatska> [in English].
- Hadetska, A. (2022, November 23). Skovoroda Conversazione: yak sviatkuvatymut 300-richchia Hryhoriia Skovorody [Skovoroda Conversazione: how the 300th anniversary of Hryhorii Skovoroda will be celebrated]. *Ukrainske radio*. <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=100168> [in Ukrainian].
- Kharkiv Academy of Continuing Education. (2022, December 2). *Skovoroda. Kharkivska oblast* [Skovoroda. Kharkiv region] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/KtLzhsvMVss> [in Ukrainian].
- Kremen, V. H. (2022). Filosofiia Hryhoriia Skovorody v konteksti liudynotsentryzmu [Hryhorii Skovoroda's philosophy in the context of human-centredness]. *Herald of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4202> [in Ukrainian].
- Kyiv National University of Culture and Arts. (2022, December 4). *Unikalni hrafichni tvory do 300-richchia Hryhoriia Skovorody* [Unique graphic works for the 300th anniversary of Hryhorii Skovoroda]. <http://knukim.edu.ua/unikalni-grafichni-tvory-do-300-richchya-grygoriia-skovorody/> [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. (2022, December 10). Tradytzii ta novatsii shanuvannia Hryhoriia Skovorody yak filosofa i muzykanta u KNUKiM [Traditions and innovations of honouring Hryhorii Skovoroda as a philosopher and musician at KNUKiM]. In *Muzychnyi svit Hryhoriia Skovorody (do 300-richchia z dnia narodzhennia vydatnoho filosofa, prosvyvitelia, muzykanta, poeta)* [Musical World of Hryhorii Skovoroda (to the 300th anniversary of the birth of the outstanding philosopher, educator, musician, poet)] [Proceedings of the Conference] (pp. 20–24). Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. M., & Stratiuk, V. I. (2022, December 14). *Onlain-turnir "#SlovoSkovorody: my pobuduemo svit krashchyi!"* [Online tournament "#SlovoSkovorody: we will build a better world!"]. Kyiv National University of Culture and Arts. Department of Philosophy and Pedagogy. <https://kf.knukim.edu.ua/199-onlajn-turnir-slovoskovorodimi-pobuduemo-svit-krashchij.html> [in Ukrainian].
- Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. (2022, October 12). *Popry viinu v Ukraini na derzhavnomu rivni vidznachatymut 300-richchia z dnia narodzhennia Hryhoriia Skovorody* [Despite the war in Ukraine, the 300th anniversary of the birth of Hryhorii Skovoroda will be celebrated at the state level]. <https://www.kmu.gov.ua/news/popry-viinu-v-ukraini-na-derzhavnomu-rivni-vidznachatymut-300-richchia-z-dnia-narodzhennia-hryhoriia-skovorody> [in Ukrainian].
- Nahorna, L. P. (2005). Identychnist natsionalna [National identity]. In *Entsyklopediia istorii Ukrainy* [Encyclopaedia of the History of Ukraine] (Vol. 3, pp. 415–417). Naukova dumka [in Ukrainian].

- National Bank of Ukraine. (2022, December 26). *Do 300-richchia vid dnia narodzhennia Hryhoriia Skovorody v obihu znavytsia nova pamiatna banknota* [A new commemorative banknote will be issued for the 300th anniversary of the birth of Hryhoriia Skovoroda]. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/do-300-richchya-vid-dnya-narodjennya-grigoriya-skovorodi-v-obigu-zyavitsya-nova-pamyatna-banknota> [in Ukrainian].
- Permanent Mission of Ukraine to UNESCO. (2021, December 22). *Yuvilei vydatnykh diiachiv ta istorychnykh podii Ukrainy u Kalendari pamiatnykh dat UNESCO* [Anniversaries of prominent figures and historical events of Ukraine in the UNESCO Calendar of Commemorative Dates]. <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/yuvileiy-vidatnih-diyachiv-ta-istorichnih-podij-ukrayini-u-kalendari-pamyatnih-dat-yunesko> [in Ukrainian].
- Poplavskiy, M. M. (2022). Stan ta perspektyvy kulturolohichnykh doslidzhen u konteksti idei humanizmu [The state and prospects of cultural studies in the context of the ideas of humanism]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 210–219. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.257637> [in Ukrainian].
- Popovych, M. (2007). *Hryhoriia Skovoroda: filosofii svobody* [Hryhoriia Skovoroda: philosophy of freedom]. Maisternia Biletskoho [in Ukrainian].
- Popovych, M., Krymskyi, S., & Drach, I. (2021). *Hryhoriia Skovoroda* [Hryhoriia Skovoroda]. Folio [in Ukrainian].
- Skovoroda, H. (2018). *Naikrashche* [Best]. Terra Incognita [in Ukrainian].
- Stratiuk, V. I., & Kyrylenko, K. M. (2022, December 3). *Hryhoriu Skovorodi – 300, abo Fleshmob "Neskoreni: Skovoroda i my"* [Hryhoriu Skovoroda – 300, or Flashmob "Invincible: Skovoroda and we"]. Kyiv National University of Culture and Arts. Department of Philosophy and Pedagogy. <https://kf.knukim.edu.ua/197-grigoriyu-skovorodi-300-abo-fleshmob-neskoreni-skovoroda-i-mi.html> [in Ukrainian].
- Ushkalov, L. (2017). *Lovyvtva nevlovnoho ptakha: zhyttia Hryhoriia Skovorody* [Catching the elusive bird: the life of Hryhoriia Skovoroda]. Dukh i Litera [in Ukrainian].
- Ushkalov, L. (2019). *Skovoroda vid A do Ya* [Skovoroda from A to Z]. Vydavnytstvo Staroho Leva [in Ukrainian].
- Yermolenko, A. M. (2020). Spadshchyna H. S. Skovorody i suchasnist (do 300-richchia vid dnia narodzhennia) (stenohrama naukovoї dopovidi na zasidanni Prezydii NAN Ukrainy 26 liutoho 2022) [The legacy of H. S. Skovoroda and modernity (to the 300th anniversary of his birth) (transcript of the scientific report at the meeting of the Presidium of the National Academy of Sciences of Ukraine on February 26, 2022)]. *Visnyk of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 4, 68–72 [in Ukrainian].
- Zinenko, T. M., & Zinenko, (Redko) A. V. (2022). Hryhoriia Skovoroda yak dzerkalo ukraïnskoi identychnosti (mystetski tvory ta proiektly z nahody 300-litnoho yuvileiu) [Hryhoriia Skovoroda as a mirror of Ukrainian identity (art works and projects on the occasion of the 300th anniversary)]. In *Suchasni retseptsiiv svitohliadno-tsinnisnykh oriientyriv Hryhoriia Skovorody* [Modern receptions of worldview and value orientations of Hryhoriia Skovoroda] (pp. 316–329). http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/11440/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%A1%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0_316-329.pdf [in Ukrainian].

INNOVATIONS IN CELEBRATING THE 300TH ANNIVERSARY OF H. SKOVORODA IN UKRAINE: A REQUEST FOR NATIONAL IDENTITY

Kateryna Kyrylenko

*DSc in Pedagogy, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

ORCID: 0000-0002-3303-3947

e-mail: kf919@ukr.net

The aim of the article is to analyse the cultural and artistic events marking the 300th anniversary of H. Skovoroda's birth as evidence of the growing need in society for an increasing number of manifestations of Ukrainian national identity. *The research results* have shown that respect for identity is a fundamental principle of a democratic society. A wronged identity destabilises society, as it is one of the most powerful motivators of the struggle for one's own dignity. The presence of opportunities for expressing one's own identity motivates personal development and contributes to the emergence of a new unique cultural product. A necessary condition for the development of culture in current conditions is respect for various forms of identity (primarily national). There is a growing demand for Ukrainian national identity in society, and the search for its markers is actively ongoing. *The scientific novelty* of the article lies in the analysis of cultural and artistic events that took place in Ukraine in 2022, as evidence of society's search for Ukrainian intellectual heroes, unaffected by Russia's influence, as well as the cleansing of Ukraine's information space of Ukraine from Russian propaganda narratives. The information space of Russia has been modeled for a long time in accordance with the Kremlin's power ambitions and has nothing in common with the real world since it is a space artificially created, distant from the reality of actual events. Its ideologists not only try to keep their fellow citizens within it and manipulate their consciousness but also impose such a worldview on Ukrainians with the aim of destroying Ukrainian identity. *Conclusions.* The cultural and artistic events dedicated to the 300th anniversary of H. Skovoroda's birth are analysed, and the obtained results are summarised. It is established that in Ukrainian society, especially among the youth, there is a growing need to identify oneself as a bearer of Ukrainian identity; there is a search for markers of Ukrainian identity among thinkers of past centuries; new cultural and artistic forms of expressing Ukrainian identity are being developed; there is an increasing demand for declaring one's own Ukrainian national identity.

Keywords: national identity; Ukrainian identity; markers of Ukrainian identity; Hryhorii Skovoroda



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293766

УДК 069.1:316.77

ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ МУЗЕЄЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Юлія Ключко

Кандидат педагогічних наук, доцент,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0003-1969-4308

e-mail: klyuchkoy@gmail.com

Для цитування:

Ключко, Ю. (2023). Інструменти комунікації в контексті музеєзнавчих досліджень. *Питання культурології*, 42, 127–139. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293766>

Мета статті — здійснити комплексний аналіз інструментів комунікації в контексті музеєзнавчих досліджень, які є свідченням рефлексії науки на розвиток музейної комунікації. *Результати дослідження*. З'ясовано, що у сучасному музеєзнавстві питання щодо специфіки комунікаційних процесів є доволі дискусійним. Відбувається переосмислення фундаментальних музеєзнавчих понять «музейний предмет», «музейна експозиція» і, як результат, — зміщення завдань комунікації від інформування до партисипації, змінюється культура споживання контенту на культуру участі у створенні контенту. Сучасні дослідники аналізують ефективність інструментів комунікації, їх вплив на сприйняття відвідувачів і розуміння культурної спадщини. Вони також досліджують рефлексії та нові підходи до музейної комунікації, зокрема роль соціальних медіа, спільного творення з відвідувачами та залучення громадськості у процес музейної практики. *Наукова новизна* полягає у розширенні уявлень про інноваційні формати та інструменти комунікації в діяльності сучасних музеїв на основі аналізу новітніх досліджень. У *висновках* наголошено на тому, що на сьогодні комунікативний підхід належить до магістральних напрямів музеєзнавчої думки та визначає стиль мислення світової музейної спільноти. З'ясовано, що значна кількість сучасних публікацій присвячена розгляду інструментів маркетингової комунікації (брендинг, PR, музейний SMM, мобільні застосунки, програми лояльності, інтерактивний сайт тощо) в діяльності музеїв. Доведено, що технології як інструмент музейної комунікації допомагають зробити музейний досвід доступним і цікавим для різних груп відвідувачів. Підсумовано, що в діяльності сучасних музеїв на перший план виходить комунікативна політика та робота з новими інструментами комунікації, зокрема з цифровими технологіями, у темпах опанування яких музейні інституції конкурують із традиційними гравцями медіапростору.

© Ключко Ю., 2023

Стаття надійшла до редакції: 29.05.2023

Ключові слова: музей; інструменти музейної комунікації; музейна комунікація; музеєзнавчі дослідження; музеєзнавство; музеєзнавчі рефлексії

Вступ

Сучасний досвід музейної комунікації відображає велику кількість інноваційних підходів і практик, які мають значний вплив на розвиток музеїв. Загальна концепція розвитку музейних комунікацій базується на принципах нової управлінської парадигми, яка є основою для ефективного управління музейного закладу XXI ст. Актуальність теми, обраної для розгляду, зумовлена тим, що в умовах сьогодення комунікація є важливим елементом діяльності будь-якого музею. Зокрема, перед музеями постає проблема трансформування самої сутності музейної діяльності, переосмислення форм і видів комунікації з аудиторією як в локальному просторі самих закладів, так і в широкому плані між музеями, а також різними соціокультурними інституціями. Діяльність музейної інституції передбачає формування комунікаційних зв'язків і наявність необхідної стратегії розвитку музейних комунікацій. Орієнтація на створення та оновлення системи сталих комунікаційних зв'язків, здатність адекватно та креативно реагувати на ключові проблеми соціокультурного розвитку дає змогу музею чітко визначити своє місце в житті регіону, країни.

Інтенсифікація музейної діяльності, її поліфункціональність і багаторівневість пропонують конкретні практики й технології. Специфіка музею як відкритої, загальнодоступної комунікаційної системи дає змогу не тільки взаємодіяти з різними віковими та соціальними групами. Для неї характерне багатоманіття комунікаційних засобів впливу на аудиторію, коли процес набуття знань і компетенцій детермінується інтересами відвідувачів і за допомогою експонатів стимулює їх до чуттєвого сприйняття, емоційних переживань. Використання інтерактивних технологій і віртуальної реальності дає змогу створювати унікальні та захопливі виставкові простори, що привертають увагу відвідувачів. Розширення цифрових платформ і розвиток онлайн-змісту забезпечують доступ до музейних колекцій і програм для широкої аудиторії незалежно від місця та часу. Взаємодія з відвідувачами через спільноти та активні формати сприяє залученню громади до участі в музейних заходах і створює зв'язок між музеєм і його аудиторією. Крім того, використання соціальних медіа дає змогу музеям залучати нових відвідувачів і розповідати про свої експонати та події. Попри певні дослідницькі здобутки зазначеної проблеми, вивчення інструментів музейної комунікації постійно оновлюється, розвивається, прогресує і є в пріоритеті сучасних музеєзнавчих досліджень. Однак відчувається відсутність узагальнених концептуальних розвідок. Проблематика нашого дослідження обумовлена необхідністю виявлення актуальних форматів та інструментів музейних комунікацій.

Аналіз попередніх досліджень

У теоретичних концепціях діяльність музею все частіше зіставляється з терміном «комунікація». У сучасному музеєзнавстві питання щодо специфіки комунікаційних процесів є доволі дискусійним. Зокрема, це пов'язано з визначенням завдань, які розв'язуються в процесі музейної комунікації. Чимало публікацій

українських і зарубіжних дослідників присвячено теоретичним і практичним аспектам музейної комунікації. З огляду на наше попереднє дослідження (Ключко, 2023) слід зазначити, що вивченню домінуючих тенденцій та інструментів музейних комунікацій присвячені дослідження американського музеолога Н. Саймон, англійських музеологів Е. Хупер-Грінхіл і професора музейної справи Лестерського університету Р. Санделла. Дизайнер-експозиціонер Н. Саймон (Simon, 2010) у контексті аналізу комунікації в музейному просторі розглядає виникнення такого феномену, як «Музей участі» («Participatory museum»). Музеолог вважає, що сучасний музейний заклад відкритий для participatory culture і, як результат, відбувається зміщення завдань комунікації від інформування до партисипації, змінюється культура споживання контенту на культуру участі у створенні контенту. Це дає змогу музеям розкривати свій комунікативний потенціал, змушує організаторів музейних проєктів вносити зміни у комунікативний дизайн креативних просторів, надає музеям можливість стати учасниками медіаринку. Історичний аналіз розвитку музею і його зв'язок з проблемами соціальних змін стали стимулом для розробки Е. Хупер-Грінхіл (Hooper-Greenhill, 1999) оригінальної концепції музейної комунікації. Дослідниця пропонує модель комунікації як складника культури, коли знання не передаються від відправника до адресата, а конструюються ними сумісно в межах культури. Авторка зазначає, що для сучасного музею важливим є визначення ідентичності не тільки того, хто говорить через експозицію, але й того, хто слухає, тобто не тільки музейний фахівець здатен наділяти предмети сенсами через їх групування та репрезентації, але і кожен відвідувач має змогу розширити межі вже наявних інтерпретацій. На думку Е. Хупер-Грінхіл (Hooper-Greenhill, 2012), музеї доцільно аналізувати як штучні комунікативні системи, що цілеспрямовано використовують знаки та сигнали, які можуть бути як предметом соціального дослідження, так і навчання. Центральним питанням у науковому доробку Р. Санделла (Sandell, 2003) є розгляд музеїв як агентів соціальної інклюзії. Вчений здійснив спробу осмислення різних аспектів соціокультурної комунікації в інклюзивному музейному просторі.

Внесок у розвиток досліджень інструментів комунікації в діяльності сучасних музеїв також здійснено українськими дослідниками. Розгляду традиційних та новітніх форм і методів музейної комунікації присвячена стаття Р. Маньковської (2013), яка концентрує увагу на перспективах використання інформаційних технологій у вітчизняних музеях. Комунікативні інструменти обласних краєзнавчих музеїв України в умовах пандемії COVID-19 досліджують Н. Бем і Т. Курченко (2022). Також варто зазначити доробок І. Передерій та Н. Білан (2018), які зосереджують увагу на систематизації уявлень щодо провідних форм, каналів та інструментів музейної комунікації. Аналізуючи актуальні вітчизняні дослідження та публікації з цієї галузі, слід зосередити увагу на статті М. Зубара (2020). Науковець наголошує на тому, що нарешті в Україні у фаховому музейному середовищі почалася активна дискусія щодо шляхів і методів розвитку вітчизняних музеїв, зокрема про види, форми, канали комунікації та її ефективність. М. Зубар визначає музейну комунікацію як форму діалогу із відвідувачами, зокрема через постійну експозицію, а також розглядає музейну комунікацію як інструмент творення музею — «третього місця».

■ Мета статті

Мета статті — здійснити комплексний аналіз інструментів комунікації в контексті музеєзнавчих досліджень, які є свідченням рефлексії науки на розвиток музейної комунікації.

■ Результати дослідження

Варто зауважити, що комунікативний підхід, закладений ще у 1960-х роках Д. Камероном, вважається на сьогодні найперспективнішим у музеєзнавстві. У 1970–80-х роках комунікативна термінологія набуває значення одного з найбільш вживаних інструментів музеєзнавчої рефлексії. Дослідники починають розглядати комунікацію як провідну функцію музею, обговорюють можливості «мови речей» як засобу спілкування між культурами, між різними історичними та соціальними спільнотами, етнічними групами, політичними та релігійними об'єднаннями, підлітками й дорослими тощо. Такий підхід призводить до переосмислення фундаментальних музеєзнавчих понять «музейний предмет», «музейна експозиція». Поступово комунікативна модель музею стає методологічною базою для більшості зарубіжних дослідників.

На сучасному етапі розвитку музеєзнавства вивчаються різні аспекти музейної практики, зокрема комунікація. Дослідники аналізують ефективність інструментів комунікації, їх вплив на сприйняття відвідувачів і розуміння культурної спадщини. Вони також досліджують рефлексії та нові підходи до музейної комунікації, зокрема роль соціальних медіа, спільного творення з відвідувачами та залучення громадськості у процес музейної практики. Аналіз актуальних зарубіжних досліджень з цієї галузі свідчить, що значна кількість публікацій присвячена розгляду інструментів маркетингової комунікації (брендинг, PR, музейний SMM, мобільні програми, програми лояльності, інтерактивний сайт тощо) в діяльності музеїв. Приміром, Дж. Макалік (Masalik, 2018) представила результати опитування менеджерів з маркетингу в музеях Польщі щодо інструментів маркетингових комунікацій, які використовуються у закладах. Дослідниця визначила значущість тих чи інших інструментів маркетингових комунікацій для музеїв і підкреслила, що реклама та зв'язки з громадськістю відіграють ключову роль у просуванні музеїв, хоча, на її думку, досить велика група польських музеїв використовує доволі вузький спектр інструментів маркетингових комунікацій. Словацькі дослідники розглядають потенціал використання інструментів маркетингових комунікацій у контексті діяльності замків-музеїв країни (Lukáč et al., 2021). Автори звертають увагу на те, як окремі інструменти комунікації впливають на відвідуваність історичних об'єктів, аналізують рівень і динаміку впровадження комунікаційної інфраструктури в музейне середовище.

Загалом у контексті означеної проблеми на сьогодні спостерігається розширення поля міждисциплінарних досліджень. Мові музейної комунікації присвячене міждисциплінарне ретроспективне дослідження Ч. Лазеретті (Lazzeretti, 2016) (Італія). Авторка аналізує мову музейної комунікації з 1950 року і дотепер, приділяючи особливу увагу такому інструменту комунікації, як пресреліз. Аналіз базується на пресрелізах, випущених провідними британськими й американськими музеями. У дослідженні визначаються типові особливості музейних

пресрелізів, розглядаються сучасні інструменти музейної комунікації (вебпрезентації, блоги, електронні новини, соціальні мережі), в контексті розвитку новітніх технологій осмислюється зміна мови музейної комунікації. Щодо комунікативних процесів, що відбуваються у музеях, рефлексують польські дослідники (Czachur et al., 2023). Вони розглядають музейну комунікацію як своєрідну взаємодію багатьох комунікативних практик, які мультимодально організовані всередині музею та активізуються у комунікації із зовнішніми партнерами музейної інституції.

Останнім часом музеї активно розвивають свої представництва в цифровому середовищі. Дослідники почали вивчати поведінку відвідувачів не тільки у музеї, але і на його сайті, виділяти певні категорії споживачів сайту, зважаючи на їх мотивацію та особливості поведінки. Як свідчить аналіз, віртуальна аудиторія музеїв являє собою велику спільноту, яка значно більша, ніж аудиторія реальних відвідувачів. У такому контексті серед міждисциплінарних досліджень, які присвячені проблемі розвитку музейної комунікації у соціальних мережах, варто відзначити доробок К. Дротнер (професор медіадосліджень в Інституті дослідження культури Університету Південної Данії) та К. К. Шредер (професор комунікацій факультету комунікацій, бізнесу та інформаційних технологій Університету Роскілле, Данія) (Drotner & Schrøder, 2018). На прикладі музеїв Австралії, Данії, Німеччини, Норвегії, Великобританії та США автори розглядають інструменти, за допомогою яких соціальні мережі трансформують музейні комунікації. Молодь, яка тяжіє до цифрових форм комунікації, визначається як ключова цільова група для багатьох музеїв. Роль інструментів цифрової комунікації також входить до кола інтересів науковців Іспанії. Зважаючи на те, що для залучення відвідувачів до музеїв інституції зазвичай зосереджені на одному з цифрових інструментів комунікації (вебсайт або соціальні мережі), у статті «Driving traffic to the museum: The role of the digital communication tools» представники університетської спільноти Мадриду аналізують сукупний вплив вебсайтів, соціальних мереж, віртуальних спільнот як генераторів трафіку до музеїв (Fernandez-Lores et al., 2022). На основі результатів якісного порівняльного аналізу 17 зарубіжних музеїв зазначається, що комплексне звернення до соціальних мереж і віртуальних груп значно підвищує ефективне залучення потенційних відвідувачів до музеїв. Італійський дослідник М. Контрі (Contri, 2020) наголошує на тому, що платформи соціальних мереж (SM) являють собою головний інструмент комунікації для музеїв, який варто використовувати закладу для взаємодії зі своєю аудиторією. М. Контрі зауважує, що попри стратегічний потенціал SM, більшість музеїв демонструють досить низький рівень соціальної активності та все ще знаходяться на фазі монологічної комунікації зі своєю публікою. Аналізуючи сучасну зарубіжну історіографію, слід виокремити ґрунтовний доробок румунського дослідника Ф. Нечіти (Nechita, 2022), присвячений аналізу інструментів музейної маркетингової комунікації в епоху цифрових технологій. На основі конкретних прикладів критично осмислюються інноваційні інструменти комунікації, які відповідають сучасним тенденціям і потребам аудиторії різних музеїв світу, зокрема Румунії. Автор акцентує на використанні соціальних медіа (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube тощо) для популяризації експозицій, про-

ведення віртуальних екскурсій, публікації контенту та спілкування з аудиторією; використанні віртуальної та доповненої реальності. Ф. Нечіта також зазначає, що на сьогодні популярним рішенням є використання доповненої реальності (Augmented Reality, AR) та віртуальної реальності (Virtual Reality, VR). Завдяки AR- та VR-технологіям відвідувачі можуть пережити захопливі імерсивні враження, взаємодіяти з віртуальними об'єктами, відвідувати історичні події або місця, які недоступні в реальному житті. Це дає змогу поглибити розуміння історії та культурного контенту. На прикладі Лувру та Національного музею природничої історії (Франція), Смітсонівського інституту (США), галереї Тейт (Великобританія), Національного музею Фінляндії автор доводить, що музейні інституції можуть створювати віртуальні тури або застосунки доповненої реальності, які дають змогу відвідувачам зануритись у віртуальне середовище музею або отримати додаткову інформацію про експонат за допомогою мобільних пристроїв. Мобільні застосунки допомагають відвідувачам пройти через багато історій із врахуванням їх демографічних даних та інтересів. На думку дослідника, storytelling як інструмент комунікації оптимально використовувати у віртуальних музеях (як і в експозиції, можна вибудувати сюжет, додати елементи драматургії під час висвітлення певних тем). У Instagram доцільно застосувати інструмент stories для привернення уваги до музейних заходів, лекцій, визначних подій тощо. Зважаючи на викладене вище, вважаємо, що Ф. Нечіта, зацентрувавши на соціальній місії музею, досить повно розкриває зарубіжні міждисциплінарні підходи щодо ефективного використання інструментів комунікації.

Зарубіжні наукові публікації, присвячені дослідженню інструментів музейної комунікації, сприяють розумінню нових тенденцій і стратегій, які музеї використовують для залучення та збереження відвідувачів. Це також може надати інсайтів для розвитку музейних практик в Україні, враховуючи культурні та соціальні особливості.

Сучасний музей являє собою соціокультурний феномен, який допомагає відвідувачу осмислити світ, суспільство, закони його розвитку, відрефлексувати на процеси, що відбуваються в соціумі. Тому якісні комунікації з відвідувачами є одним із важливих показників ефективної музейної діяльності. Зокрема, свого часу поштовхом для музейників України щодо впровадження нових інструментів комунікації в діяльність музеїв та подальшого осмислення проблеми у теоретичних розвідках стало проведення тренінгової програми «Культ чи культура: розвиток учасницьких практик у музеї» (Грубріна, 2016), яка була організована за підтримки Goethe-Institut, Міністерства закордонних справ Німеччини, Харківського літературного музею і ГО «Український центр розвитку музейної справи». Зазначена програма мала на меті обговорення актуальних інструментів музейної комунікації та надання практичних порад стосовно успішної реалізації партисипативних проєктів і організації діалогу музейного закладу з громадою. Головна думка, до якої дійшли учасники тренінгової програми, що «нав'язувати культ чи утверджувати культуру — залежить не від оснащення музею цікавими технічними новинками, а від самих працівників, їхнього вміння інтерпретувати концепцію і використовувати принципово нові форми музейної комунікації» (Грубріна, 2016, с. 4).

З огляду на зазначене заслугове на увагу започаткована Мистецьким арсеналом (Київ) серія зустрічей-обговорень у колі музейних фахівців «Музейні рефлексії», присвячена осмисленню інструментів комунікації з музейною аудиторією. Серед питань, які в різний час виносились на обговорення: «Безконтактна освіта в музейній інституції», «Взаємодія куратора та відвідувача у виставковому просторі», «Диджиталізація освітніх проєктів в Одеському художньому музеї», «Освіта та комунікація Музею Ханенків в часи карантину», «Онлайн-програмування: головні принципи формування та постановки задач», «Аналіз онлайн-аудиторій: принципи підрахунку відвідувачів віртуальних подій» (Мистецький арсенал, б.д.а). В межах зустрічі «Музейна освіта поза музеєм» обговорювалось питання сторітелінгу як інструменту комунікації. На зустрічі «Інклюзія в музеї: як освітні програми роблять музей доступнішим» осмислювалась проблема безбар'єрності музейних закладів. Зокрема, дискутували щодо можливостей партнерства та створення партнерських проєктів із громадськими організаціями, адаптації візуального мистецтва до потреб людей з інвалідністю тощо. Як зазначають організатори «Музейних рефлексій»: «Крайня тема рефлексій “Музейна освіта під час війни” дала змогу разом відрефлексувати складний досвід сьогодення...; спробувати знайти нові шляхи та рішення того, як музею говорити про війну та чи може освіта стати майданчиком для цієї розмови; визначити як змінилися формати взаємодії та чи можливо зберегти зв'язок зі своєю аудиторією у воєнний час; переосмислити наявність імперської та радянської спадщини в музейних колекціях та як говорити про неї через освіту» (Мистецький арсенал, б.д.б). На наш погляд, наведена тематика обговорень є свідченням того, що у вітчизняному музейному середовищі осмислення та процес впровадження інструментів музейної комунікації постійно оновлюється, розвивається, прогресує.

Вітчизняні музеї звертають увагу на доступність та інклюзивність. Вони створюють спеціальні програми для людей з обмеженими можливостями, зокрема екскурсії для людей з вадами слуху або зору, адаптовані експозиції для людей з розумовими або фізичними обмеженнями та інші ініціативи, які роблять музеї доступними для різних груп аудиторії. Як результат цієї діяльності, у 2020 році побачило світ видання «Кращі практики інклюзії» (Ясеновська & Зіненко, 2020), де на прикладі кращих практик інклюзії українських музеїв розглянуто інструменти комунікації в інклюзивному музейному середовищі.

Як засвідчує досвід українських музейних закладів, творчий підхід до організації музейних комунікацій може значно розширити й урізноманітнити присутність музеїв у комунікативному просторі. Це проявляється у максимальному використанні в музейних комунікаціях сучасних технологій, орієнтованих на новий, цифровий медіапростір музею в режимі офлайн і онлайн. Орієнтація на цифрове майбутнє впливає і на айдентику закладу. Водночас візуальна комунікація стає прямолінійною, легше та швидше зчитується потенційним споживачем. Брендинг являє ефективну комунікативну технологію XXI ст. З огляду на те, що музеям в умовах сьогодення потрібно формувати імідж, який буде привабливим для відвідувачів, викликатиме довіру та повагу до інституції, відбувається оновлення інструментів комунікації. Українські музеї проводять

ребрендинг, в рамках якого презентують нову візуальну комунікацію. Л. Вежбовська та Т. Осадча виявили особливості брендингових кампаній вітчизняних музеїв художнього профілю та їхній вплив на підвищення популярності музейних установ. Дослідниці визначають ребрендинг як ефективний інструмент музейної комунікації, що здатний «встановлювати візуальні мости між фахівцями мистецтва і потенційним глядачем, а також змінювати культурні коди, задавати тренди» (Вежбовська & Осадча, 2021). На підтвердження цієї думки зазначимо, що загальним моментом у проєктуванні концепцій нових брендів є доступність і привабливість для всіх категорій відвідувачів. Музеї світу, України зокрема, розвиваються паралельно з сучасним мистецтвом, наукою, технологіями та прагнуть відповідати цьому, бути цікавими для всіх верств населення, особливо для молоді та школярів.

Висновки

На сьогодні комунікативний підхід належить до магістральних напрямів музеєзнавчої думки та визначає стиль мислення світової музейної спільноти. В статті розглянуто роль і значення інструментів комунікації в контексті сучасних музеєзнавчих досліджень. Дослідження виявили, що ефективна комунікація є ключовим чинником успішної музейної діяльності, оскільки вона сприяє передачі знань, інформації та емоцій, стимулює діалог, навчання та обмін думками між музеєм і його аудиторією. Загалом музеї мають широкий спектр інструментів комунікації, які спрямовані на створення змістовного та захопливого музейного досвіду для аудиторії. Вони поєднують традиційні методи з новими технологіями, розвивають освітні програми та співпрацюють з громадськістю, щоб розширити свої можливості та підтримати інтерес до культурної спадщини. Аналіз актуальних зарубіжних досліджень з цієї галузі свідчить, що значна кількість публікацій присвячена розгляду інструментів маркетингової комунікації (брендинг, PR, музейний SMM, мобільні застосунки, програми лояльності, інтерактивний сайт тощо) в діяльності музеїв. На наш погляд, це є свідченням нового етапу в розвитку музейної комунікації в епоху цифрових технологій, для якого характерне широке використання інструментів музейної маркетингової комунікації.

Технології як інструмент музейної комунікації допомагають зробити музейний досвід доступним і цікавим для різних груп відвідувачів. Вони сприяють інтерактивності, особистій участі та глибшому розумінню експонатів та історії. Технології розширюють можливості музейного простору, дають змогу експериментувати з новими форматами та способами комунікації, збагачують музейний досвід для всіх його відвідувачів. Важливим аспектом музейної комунікації є також співпраця з іншими музеями, культурними установами та громадськими організаціями. Музеї обмінюються знаннями, дослідженнями та досвідом, спільно реалізують проєкти, організовують конференції, тренінги та інші формати зустрічей. Це сприяє взаємному збагаченню, спільному розвитку та підвищенню ролі музеїв у суспільстві.

Зважаючи на те, що сучасні музеї зміщують у своєму позиціонуванні акцент із презентації та збереженні знань на процес комунікації у креативному просто-

рі, виходять на діалог із відвідувачем, — спостерігається розширення основних завдань музейної інституції та KPI (англ. Key Performance Indicators — ключові показники ефективності) щодо їх реалізації. На перший план виходить комунікативна політика та робота з новими інструментами комунікації, зокрема з цифровими технологіями, у темпах опанування яких музеї конкурують з традиційними гравцями медіапростору. Подальший розвиток музейної комунікації потребує постійного дослідження інновацій та адаптації до сучасних технологій і потреб аудиторії. Музеї повинні надавати відвідувачам різноманітні інтерактивні та освітні можливості, створювати простір для обміну думками та співпраці, а також активно використовувати цифрові ресурси для залучення широкої аудиторії.

Дослідження новітніх інструментів музейної комунікації сприяє розумінню нових тенденцій і стратегій, які музеї використовують для залучення та утримання уваги відвідувачів. Це також може надати інсайтів для розвитку музейних практик в Україні, враховуючи культурні та соціальні особливості. Подальші наукові розвідки у цій галузі можуть зосередитись на детальному вивченні конкретних прикладів успішної музейної комунікації, аналізі їх впливу на розширення музейної аудиторії та задоволення потреб відвідувачів, а також висвітленні ефективних стратегій інтерактивної та цифрової комунікації.

■ Список посилань

- Бем, Н., & Курченко, Т. (2022). Комунікативні інструменти обласних краєзнавчих музеїв України в умовах пандемії COVID-19: перший досвід. *Соціум. Документ. Комунікація*, 14, 158-180. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-158-180>
- Вежбовська, Л., & Осадча, Т. (2021). Ребрендинг українських художніх музеїв: дизайн як культурна стратегія. *Деміур: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 4(2), 176–196. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246829>
- Грубріна, Ю., Морозова, Л., Пилипчук, Т., Піоро, В., Трофименко, Т., & Чередниченко, А. (Упоряд.). (2016). *Культ чи культура: учасницькі практики в музеях*. Видавець Чередниченко А. М.
- Зубар, М. В. (2020). Музейна комунікація як інструмент творення музею – «третього місця». *Сіверщина в історії України*, 13, 393-396. <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/181179>
- Ключко Ю. М. (2023, 18–20 травня). Комунікативна парадигма сучасного музейного закладу. В *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* [Матеріали конференції] (с. 64-66). Видавничий центр КНУКіМ.
- Маньковська, Р. (2013). Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Краєзнавство*, 3, 75–84. http://nbuv.gov.ua/UJRN/kraeznavstvo_2013_3_13
- Мистецький арсенал. (б.д.а). *Музейні рефлексії в Мистецькому Арсеналі*. <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/muzejni-refleksiyi-v-mystetskomu-arsenali/>
- Мистецький арсенал. (б.д.б). *Музейні рефлексії*. <https://artarsenal.in.ua/osvitni-programy/muzejni-refleksiyi/>
- Передерій, І. Г., & Білан, Н. В. (2018). Сучасна музейна комунікація в Україні та світі: стан і перспективи розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2, 72-79. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2018_2_12

- Ясеновська, М., & Зіненко, О. (2020). *Краці практики інклюзії*. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/16600.pdf>
- Contri, M. (2020). Museums and their audience: towards dialogic communication through social media? *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 3(1), 22–35. <https://doi.org/10.1504/IJDCET.2020.105886>
- Czachur, W., Mikołajczyk, B., & Opiłowski, R. (2023). Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics. *Stylistyka*, 31, 47–68. <https://doi.org/10.25167/Stylistyka31.2022.3>
- Drotner, K., & Schröder, K. C. (Eds.). (2018). *Museum communication and social media the connected museum*. Routledge. <https://www.routledge.com/Museum-Communication-and-Social-Media-The-Connected-Museum/Drotner-Schroder/p/book/9780815346821>
- Fernandez-Lores, S., Crespo-Tejero, N., & Fernández-Hernández, R. (2022). Driving traffic to the museum: The role of the digital communication tools. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121273. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121273>
- Hooper-Greenhill, E. (1999). A new communication model for museums. In G. Kavanagh (Ed.), *Museum languages: objects and texts* (pp. 47–63). Leicester University Press.
- Hooper-Greenhill, E. (2012). Changing values in the art museum: rethinking communication and learning. In B. M. Carbonell (Ed.), *Museum Studies: An Anthology of Contexts* (2nd Ed., pp. 517–533). Wiley-Blackwell.
- Lazzeretti, C. (2016) *The language of museum communication. a diachronic perspective*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57149-6>
- Lukáč, M., Stachová, K., Stacho, Z., Bartáková, G., & Gubíniová, K. (2021). Potential of marketing communication as a sustainability tool in the context of castle museums. *Sustainability*, 13(15), 8191. <https://doi.org/10.3390/su13158191>
- Macalik, J. (2018). Museum's marketing communication tools - results of empirical research. *Management Sciences*, 23(2), 13–18. <https://www.10.15611/ms.2018.2.02>
- Nechita, F. (2022). *An Introduction to museum marketing communication in the digital age*. Presa Universitară Clujeană. https://www.researchgate.net/publication/364310647_An_Introduction_to_Museum_Marketing_Communication_in_the_Digital_Age/link/63459252ff870c55ce1a288f/download
- Sandell, R. (2003). Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change. *Museum and Society*, 1(1), 45-62. https://www.researchgate.net/publication/27244654_Social_Inclusion_the_Museum_and_the_Dynamics_of_Sectoral_Change
- Simon, N. (2010). The Participatory Museum. *Museum 2.0*. <http://www.participatorymuseum.org>

References

- Bem, N., & Kurchenko, T. (2022). Komunikatyvni instrumenty oblasnykh kraieznavchykh muzeiv Ukrainy v umovakh pandemii COVID-19: pershyi dosvid [Communicative tools of regional local history museums of Ukraine in the conditions of the COVID-19 pandemic: first experience]. *Society. Document. Communication*, 14, 158–180. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-158-180> [in Ukrainian].
- Contri, M. (2020). Museums and their audience: towards dialogic communication through social media?. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 3(1), 22–35. <https://doi.org/10.1504/IJDCET.2020.105886> [in English].

- Czachur, W., Mikołajczyk, B., & Opiłowski, R. (2023). Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics. *Stylistyka*, 31, 47–68. <https://doi.org/10.25167/Stylistyka31.2022.3> [in English].
- Drotner, K., & Schröder, K. C. (Eds.). (2018). *Museum communication and social media the connected museum*. Routledge. <https://www.routledge.com/Museum-Communication-and-Social-Media-The-Connected-Museum/Drotner-Schroder/p/book/9780815346821> [in English].
- Fernandez-Lores, S., Crespo-Tejero, N., & Fernández-Hernández, R. (2022). Driving traffic to the museum: The role of the digital communication tools. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121273. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121273> [in English].
- Hooper-Greenhill, E. (1999). A new communication model for museums. In G. Kavanagh (Ed.), *Museum languages: objects and texts* (pp. 47–63). Leicester University Press [in English].
- Hooper-Greenhill, E. (2012). Changing values in the art museum: rethinking communication and learning. In B. M. Carbonell (Ed.), *Museum studies: an anthology of contexts* (2nd Ed., pp. 517–533). Wiley-Blackwell. [in English].
- Hrubina, Yu., Morozova, L., Pylypchuk, T., Pioro, V., Trofymenko, T., & Cherednychenko, A. (Comps.). (2016). *Kult chy kultura: uchasnytski praktyky v muzeiakh* [Cult or culture: participatory practices in museums]. Vydavets Cherednychenko A. M. [in Ukrainian].
- Kliuchko Yu. M. (2023, May 18–20). Komunikatyvna paradyhma suchasnoho muzeinoho zakladu [Communicative paradigm of a modern museum institution]. In *Informatsiia, komunikatsiia ta upravlinnia znanniamy v hlobalizovanomu sviti* [Information, communication, and knowledge management in the globalised world] [Proceedings of the Conference] (pp. 64–66). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].
- Lazzeretti, C. (2016) *The language of museum communication. a diachronic perspective*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57149-6> [in English].
- Lukáč, M., Stachová, K., Stacho, Z., Bartáková, G., & Gubíniová, K. (2021). Potential of marketing communication as a sustainability tool in the context of castle museums. *Sustainability*, 13(15), 8191. <https://doi.org/10.3390/su13158191> [in English].
- Macalik, J. (2018). Museum's marketing communication tools - results of empirical research. *Management Sciences*, 23(2), 13–18. <https://www.10.15611/ms.2018.2.02> [in English].
- Mankovska, R. (2013). Suchasni muzeini komunikatsii ta perspektyvy yikh rozvytku [Modern museum communications and prospects for their development]. *Kraieznavstvo*, 3, 75–84. http://nbuv.gov.ua/UJRN/kraieznavstvo_2013_3_13 [in Ukrainian].
- Mystetskyi Arsenal. (n.d.a). *Muzeini refleksii v Mystetskomu Arsenali* [Museum reflections in the Art Arsenal]. <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/muzejni-refleksiyi-v-mystetskomu-arsenalii/> [in Ukrainian].
- Mystetskyi Arsenal. (n.d.b). *Muzeini refleksii* [Museum reflections]. <https://artarsenal.in.ua/osvitni-programy/muzejni-refleksiyi/> [in Ukrainian].
- Nechita, F. (2022). *An Introduction to museum marketing communication in the digital age*. Presa Universitară Clujeană. https://www.researchgate.net/publication/364310647_An_Introduction_to_Museum_Marketing_Communication_in_the_Digital_Age/link/63459252ff870c55ce1a288f/download [in English].

- Perederii, I. H., & Bilan, N. V. (2018). Suchasna muzeina komunikatsiia v Ukraini ta sviti: stan i perspektvyvy rozvytku [Modern museum communication in Ukraine and the world: state and prospects of development]. *Library science. Record studies. Informology*, 2, 72–79. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2018_2_12 [in Ukrainian].
- Sandell, R. (2003). Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change. *Museum and Society*, 1(1), 45-62. https://www.researchgate.net/publication/27244654_Social_Inclusion_the_Museum_and_the_Dynamics_of_Sectoral_Change [in English].
- Simon, N. (2010). The Participatory Museum. *Museum 2.0*. <http://www.participatorymuseum.org> [in English].
- Vezhbovska, L., & Osadcha, T. (2021). Rebrandynh ukrainskykh khudozhnykh muzeiv: dyzain yak kulturna stratehiia [Rebranding of Ukrainian Art Museums: Design as a Cultural Strategy]. *Demiurge: ideas, technologies, perspectives of desig*, 4(2), 176–196. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246829> [in Ukrainian].
- Yasenovska, M., & Zinenko, O. (2020). *Krashchi praktyky inkluzii* [Best practices for inclusion]. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/16600.pdf> [in Ukrainian].
- Zubar, M. V. (2020). Muzeina komunikatsiia yak instrument tvorennia muzeiu – "tretoho mistsia" [Museum communication as an instrument of creating a museum as a "third place"]. *Sivershchyna v istorii Ukrainy*, 13, 393–396. <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/181179> [in Ukrainian].

■ COMMUNICATION TOOLS IN THE CONTEXT OF MUSEUM STUDIES RESEARCH

■ Yuliia Kliuchko

■ *PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0003-1969-4308
e-mail: klyuchkoy@gmail.com*

The aim of the article is to conduct a comprehensive analysis of communication tools in the context of museum studies research, which is evidence of the reflection of science on the development of museum communication. *Research results* reveal that in contemporary museum studies, issues regarding the peculiarities of communication processes are a subject of ongoing discussions. Fundamental museum concepts like “museum object” and “museum exhibition” are being reinterpreted, resulting in a shift in communication tasks from informing to participating, the culture of content consumption changes to the culture of participation in content creation. Contemporary researchers analyse the effectiveness of communication tools, their impact on visitors’ perception, and understanding of cultural heritage. They also explore reflections and new approaches to museum communication, including the role of social media, collaborative creativity with visitors, and engaging the public in museum practice. *The scientific novelty* consists in expanding the understanding of innovative formats and communication tools in the activities of contemporary museums based on the analysis of recent research.

Conclusions. The conducted research emphasises that today the communicative approach is one of the mainstream trends in museum studies thinking and shapes the thinking style of the global museum community. It is found that a significant number of contemporary publications are devoted to examining marketing communication tools (branding, PR, museum SMM, mobile applications, loyalty programmes, interactive websites, etc.) in museum activities. It is proved that technologies as a museum communication tool help to make the museum experience more accessible and interesting for different groups of visitors. It is summarised that in the activities of contemporary museums, communication policy and work with new communication tools, particularly digital technologies, in the pace of mastering which museum institutions compete with traditional players in the media space, come to the fore.

■ **Keywords:** museum; museum communication tools; museum communication; museological research; museum studies; museological reflections



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293767
УДК 338.48-611:167]:130.2

CULTURAL STUDIES, FESTIVAL STUDIES ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕНЬ ФЕСТИВАЛЬНИХ ПРАКТИК

Марина Козловська

Доктор філософії,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-2906-672X
e-mail: mkozlovska@knukim.edu.ua

Для цитування:

Козловська, М. (2023). Cultural Studies, Festival Studies та перспективні напрями досліджень фестивальних практик. *Питання культурології*, 42, 140–151. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293767>

Мета статті — проаналізувати потенціал конвергенції Festival Studies і Cultural Studies, окреслити перспективні напрями досліджень фестивальних практик на сучасному етапі на базі кореляції зазначених студій. *Результати дослідження*. На відміну від дискурсів про фестивальний туризм і фестивальний менеджмент, які оперують кількісними методами, дискурс щодо ролі, значення та впливу фестивалів на суспільство та культуру і навпаки підкреслює не лише важливість якісного аналізу фестивальної практики, але й передбачає конвергенцію Festival Studies і Cultural Studies. У результаті цієї конвергенції виникає спільне поле дослідницьких підходів, що допомагає розкрити культуротворчий потенціал фестивальних практик і рухів та представити фестивалі як важливий складник метасистеми культури. *Наукова новизна* дослідження полягає у тому, що вперше в українській культурології розглянуто конвергенцію Festival Studies і Cultural Studies як перспективний методологічний підхід, покликаний збагатити обидва напрями, завдячуючи насамперед якісному культурологічному аналізу фестивальної практики. *Висновки*. З'ясовано, що з позиції Cultural Studies фестивалі є конфігурацією або ж формою культурної демонстрації та культурної комунікації, вони конституюють простір для генерації оповіді, досвіду та пам'яті, а також є публічною сферою, до якої залучені суб'єкти як активні учасники та творці цієї сфери і водночас реципієнти культурно-мистецьких сенсів, що перебувають під її впливом. Доведено, що багато цікавих і актуальних тем, пов'язаних з фестивальною практикою, ті, які потребують ґрунтовного аналізу, підкреслюють важливість конвергенції Festival Studies і Cultural Studies, об'єднання їхніх методологічних потенціалів, що допоможе розширити фокус аналізу, запропонувавши нові ракурси бачення та аспекти, не представлені кількісними дослідженнями в межах туризму, менеджменту та маркетингу.

Ключові слова: Cultural Studies; Festival Studies; фестиваль; фестивалісна практика; фестивалісний простір; івенти; конвергенція; культурна ідентичність

Вступ

Festival Studies — міждисциплінарний напрям досліджень фестивалісних рухів і практик, що представлений переважно двома основними підходами: перший укорінений в антропології (найвідомішою є робота А. Фаласці (Falassi, 1987) «Час поза часом: есеї про фестиваль»), тоді як другий тяжіє до сфери рекреації та дозвілля, особливо відобразився на «літературних розвідках впливу івентів і фестивалів» (Langen & Garcia, 2009, p. 3) та представлений працями Дж. Річі (Ritchie, 1984) і Д. Гетца (Getz, 1990, 1997). Зокрема, останній намагався систематизувати знання про фестивалі та заклав підвалини Festival Studies як частину ширшого поля Event Studies. На основі детального огляду статей, присвячених фестивалям та опублікованих в англійських дослідницьких журналах до 2008 р., Д. Гетц (Getz, 2010) сформулював три дискурси в межах Festival Studies: а) дискурс про роль, значення та вплив фестивалів на суспільство та культуру; б) дискурс про фестивалісний туризм; в) дискурс про фестивалісний менеджмент.

Вищезазначене позиціонування Festival Studies щодо Event Studies має свою логіку, але потребує залучення ширшого методологічного і дискурсивного поля, як-от Cultural Studies, що уможливить розкрити культуротворчий потенціал фестивалісних практик і рухів та представити фестивалі як важливий складник метасистеми культури. І це закономірно, оскільки фестиваль концептуально є не лише сегментом індустрії дозвілля, але й, як зазначала Л. Донеллі (Donnelly, 2017), конфігурацією або ж формою культурної демонстрації та простором культурних перемовин (р. 89), відповідно, культурної комунікації. Саме в такому контексті фестиваль більше цікавить культурологів, які, зокрема, мають приділяти увагу й методологічним питанням, пов'язаним з позиціонуванням Festival Studies в ширшому соціогуманітарному полі, що допоможе збагатити та розвинути їх культурологічний дискурс на протигагу менеджменту та Tourist Studies. Поки що українські вчені не проявляють масового та сталого інтересу до методологічного аспекту Festival Studies, що підкреслює актуальність представленої дослідження.

Аналіз попередніх досліджень

Окрім вищезгаданих підходів і робіт А. Фаласці, Дж. Річі та Д. Гетца, значимо важливе спостереження М. Сассателлі та Д. Джорджі, які у своєму есе «Фестивалі та культурна публічна сфера», беручи до уваги роботу та дослідження, присвячені фестивалям останніх 30 років, роблять висновок, що значно більший інтерес до фестивалів наявний у сферах туризму, маркетингу та менеджменту, аніж у гуманітаристиці (Delanty, 2011, p. 12). Самі ж авторки наголошують, що Cultural Studies можуть бути ефективною методологічною основою для конкретних тем досліджень фестивалісних практик і здатні розширити фокус аналізу, запропонувавши нові ракурси бачення та аспекти, не представлені в галузях туризму, менеджменту та маркетингу. Багато зусиль до перетворення

дослідження фестивалів на академічний дискурс доклав Д. Клайк (Klaic, 2014), який наголошував на їхній активній участі у формуванні соціокультурного капіталу. У щонайменше семи публікаціях Європейської асоціації фестивалів (EFA) впродовж 2006–2017 рр. висвітлювалися цікаві дискусії та думки про особливості та підходи до дослідження фестивалів (De Greef & Deventer, 2006, 2008; Deventer & Reissig, 2009, 2012; Bishop, 2016; Mundi, 2016). Вони містять матеріали конференцій і семінарів організаторів фестивалів, есе провідних експертів з європейської культурної політики, теоретичні візії акторів і режисерів, статті та інтерв'ю. Водночас разом із Фондом «Азія–Європа» організація публікувала праці, присвячені практичним аспектам культурного та фестивального менеджменту. Неможливо залишити поза увагою збірки «Менеджмент фестивалів та івентів: міжнародна мистецька і культурна перспектива» (Yeoman, 2011) та «Фестивали та культурна публічна сфера» (Giorgi, 2011), зокрема останню, де сучасні фестивалі розглянуто як автономні соціальні тексти на базі міждисциплінарного підходу. Антологія «Зосередження на фестивалях: вивчення європейських кейсів та перспектив» (Newbold, 2015) містить широкий спектр теоретичних підходів і прикладів з фестивальної практики, що підкреслюють значення фестивалю для сучасного суспільства та прокладають шляхи його наукового осмислення. Також хотілося б зазначити роботи П. Янса (Jansa, 2017), М. Даффі та Дж. Мейр (Duffy & Mair, 2021), Г. Річардса і Б. Кінґа (Richards & King, 2022) та ін.

■ Мета статті

Мета дослідження — проаналізувати потенціал конвергенції *Festival Studies* і *Cultural Studies*, окреслити перспективні напрями досліджень фестивальних практик на сучасному етапі на базі кореляції зазначених студій.

■ Результати дослідження

К. Йогансон і Р. Фрімен (Johanson & Freeman, 2013) у своєму тематичному дослідженні розглядають письменницький фестиваль *Eye of the Storm*, що проводиться в Аліс-Спрінґс, як повернення до досучасного стилю читання вголос, у якому аудиторія бере активну участь (р. 304). Це перетворює фестиваль на особливу категорію івентів, де досвід читання набуває соціального виміру з відчуттям причетності до літературної спільноти. Основна мета дослідження полягала в тому, щоб з'ясувати, яка мотивація відвідувати подібні фестивалі і чи посилюють такі відвідування враження від прочитаного. Автори виявили, що основна причина відвідування фестивалю пов'язана з нетворкінгом і потребою в соціальній комунікації (Johanson & Freeman, 2012, р. 311). Цікаво, що навіть під час спокійного прослуховування респонденти переживали відчуття «комунального діалогу».

М. Вебер (Weber, 2015) вважає, що адекватна модель дослідження аудиторії літературного фестивалю чекає на свого майбутнього розробника, через що аудиторія на літературних фестивалях — це група споживачів-популістів і популяризаторів, які некритично долучаються до масової культури, пропагорованої у фестивальному середовищі, або вона позиціонується в контексті «ідеалізації особливих якостей фестивального досвіду» (р. 84). Тому авторка працює над

схемою аналізу фестивальної аудиторії через поєднання кількох концепцій аудиторії з історії книги, медіа та комунікаційних досліджень, театру та перформансу. З огляду на це М. Вебер (Weber, 2015) стверджує, що індивідуальний досвід учасника може мати кілька вимірів: естетичний, когнітивний, емоційний і соціальний. Кожен з цих вимірів пов'язаний з особистими цінностями, історією, смаками та очікуваннями. Ці теоретичні припущення вона намагається підтвердити через порівняння свого досвіду відвідування літературного фестивалю з описами відвідувачів, які взяті з онлайн-блогів (р. 90). Як зазначає П. Янса (Jansa, 2017), підхід, ґрунтований на вибірці проаналізованих блогів, є досить сумнівним: так, блоги можуть бути цікавим джерелом інформації, але щодо вивчення досвіду окремого учасника, то його краще доповнити додатковими даними, отриманими за допомогою інших каналів і методів дослідження (наприклад, глибокі інтерв'ю з авторами блогів) (р. 200).

Якщо М. Вебер пропонує багатовимірну структуру для розуміння аудиторії літературного фестивалю, то Б. Дрісколл (Driscoll, 2015) розглядає лише емоційний вимір, щоб дослідити емоційне залучення аудиторії через певний набір реакцій, приміром, в межах Melbourne Writers' Festival. Її дослідження ґрунтується на кількох припущеннях: перше, члени аудиторії позиціюють себе як активних учасників і ця участь є інтелектуальною, емоційною та інтимною, а друге — трактування літературного фестивалю як інституції, що конституює інтимну публічну сферу та емоційний простір спільного споживання, досвід соціальної приналежності (pp. 862–869). І цьому активно сприяють соціальні медіа, такі як Twitter, що поширюють цей емоційний простір інтимної публічної сфери. Тому для кількісного аналізу емоційної реакції відвідувачів Б. Дрісколл обрала два набори даних: твіти з офіційним хештегом #mwf13 і відповіді на два конкретні запитання в межах онлайн-опитування аудиторії, проведеного організаторами фестивалю у 2013 р. Набір даних твітів містить коментарі не лише відвідувачів, а й організаторів та авторів. Оскільки підсумкова статистика не розрізняє їх, то неможливо знати, як організатори впливають на кінцеві результати. Це зовсім інший підхід, ніж у К. Йогансона і Р. Фрімена, які не брали до уваги залучених до «пропозиції» фестивалю учасників, однак Б. Дрісколл переконана у ще більшій його ефективності як складника «мультиметодологічного» дослідження. Також важливо розуміти, що якісні методи можуть бути внеском Cultural та Communication Studies у дослідження фестивалів, оскільки їх кількісна оцінка переважно є сферою дослідження туризму та маркетингу фестивалів.

Ще однією точкою перетину Festival Studies та Cultural Studies є зв'язок проблеми ідентичності з питаннями влади, соціальної стратифікації, етнічної та расової приналежності. Примітною у цьому сенсі є розвідка вчених Т. Ху і Р. Нунана, присвячена китайському фестивалю «Go for Gold» у колишньому шахтарському містечку Нандле. Цей фестиваль є прикладом івенту, де одяг, декорації, їжа та музика є частиною атмосфери заходу, а не стандартним аспектом життя Нандле. У зв'язку з цим автори стверджують, що намагання Нандле створити особливу китайську атмосферу «підриває» регіональну автентичність події (Khoo & Noonan, 2011, p. 499). Так автори намагаються актуалізувати дискусію

щодо наслідків деяких фестивалів для місцевої культурної спадщини та ідентичності місця.

У статті «Що таке вибух?» М. Фальзон і Ч. М. Кассар (Falzon & Cassar, 2015) зосереджуються на конкретній темі, пов'язаній з організацією традиційних мальтійських фестивалів на честь католицьких святих. У процесі свого аналізу вони приділяють особливу увагу феєрверкам, які є обов'язковою частиною цих фестивалів, оскільки шум, що виникає від них, є «культурним продуктом» і важливим елементом публічного простору, «складником ідентичності» та «маркером територіальності», засобом конкуренції між місцевими групами (р. 144). Але шум від феєрверків також можна розглядати як різновид насильства. На думку авторів, це питання є джерелом розбіжностей між традиціями та сучасністю, між історією та ідентичністю Мальти та сучасною державою Мальта — частиною Європейського Союзу, тобто «сучасного західного суспільства». Як бачимо, актуалізується тема колоніалізму, яку також у своїй роботі порушує Л. Донеллі, коли пише про «Rue Créole» — культурний фестиваль, що проходить на французьких Антилських островах. За словами дослідниці, він конститує простір, який генерує наративи, досвід і спогади, дає змогу переміщеним особам налагоджувати зв'язки з батьківщиною. Але якщо ці івенти організовує панівна група (французький уряд) і їхніми учасниками-споживачами є не лише діаспора, а й креольці? Це питання особливо стосується взаємної напруги різних, але водночас подібних культурних ідентичностей, культурної єдності та комунікації. Л. Донеллі (Donnelly, 2017) намагається відповісти на нього, використовуючи просторовий аналіз двох концертів, які відбулися на вулиці Креоль: концерт Акію як приклад просторового дисонансу внаслідок розбіжностей між баченням організаторів і бажаннями інсайдерів, та концерт Калі, де різні соціокультурні верстви творять простір, який є водночас локальним і космополітичним, таким, що не домінує над іншим. Просторовий аналіз фестивалів як місця культурної інтеракції дає змогу отримати повне розуміння того, як простір трансформується в ситуації гегемонії, а також поглиблює розуміння постколоніальних відносин (р. 91).

Тоді як Л. Донеллі зосереджується на просторових аспектах фестивалю або його впливові на прояви культурної ідентичності, К. Джеймсон (Jamieson, 2014) звертає увагу на сферу «адміністративних уявлень культури». Вона досліджує не сам фестиваль, а глобальну культурну мережу Creative City як інтернаціоналістичну інституцію, яка легітимізує як глобальні, так і локальні виміри культурної ідентичності місця та його мешканців (р. 293). Концепт інтернаціоналістичних адміністративних уявлень стосується штучно, інтелектуально та адміністративно створених концепцій культурного призначення, які є частиною економічних і політичних рішень. Адміністративні уявлення, як зазначає К. Джеймсон (Jamieson, 2014), також впливають на міську ідентичність, оскільки інтернаціоналістичне адміністративне уявлення про міський фестиваль «підтвердило та окультурило афективну міську ідентичність, яка продовжує пронизувати дискурсивні мережі міського планування» (р. 294).

Не менш актуальним напрямом дослідження є співвідношення субкультури та фестивалю. Фестивалі зазвичай організовують і відвідують люди зі схожими інтересами та світоглядом, які поділяють певні цінності чи смаки. Аудиторія

фестивалю надає перевагу або навіть вимагає автентичності досвіду. Але що це за автентичність і чи можуть глядачі відрізнити її від штучно сконструйованого фестивального простору? Так, Т. Ху та Р. Нунан (Khoo & Noonan, 2011) зазначають, що певна кількість відвідувачів фестивалю завжди насолоджуються сконструйованим (штучним) видовищем (р. 498), а К. Е. МакГ'ю та Е. М. Флетчлалл (McHugh & Fletchall, 2012), розглянувши трансформацію Ren Fest від контркультури 1960-х рр. до сучасного мейнстріму, доходять висновку, що він є симулякром, орієнтованим на «цінність знаку та споживання», який руйнує факти та фантазії, використовуючи грайливу хитрість ринку (р. 383). Тоді як домодерні європейські фестивалі та карнавали були ритуальними інверсіями соціального порядку, Ren Fest більше нагадує місце відчуження та разючого розділення в товарній культурі (McHugh & Fletchall, 2012, р. 390).

Подібні думки зустрічаємо в розвідці І. Челік (Celik Rappas, 2016), яка розглядає фестиваль як репрезентацію насильства крізь призму «скандальної структури» Каннського кінофестивалю 2009 р. Авторка ініціює цікаву дискусію щодо етики відбору фільмів, а також презентації та вручення нагород на кінофестивалі. Каннський кінофестиваль завжди діяв у «скандальних рамках», і це стосується не лише окремих режисерів і фільмів, а й політики номінування фільмів, яка переступає кордони та порушує табу. Оскільки така політика детермінує відповідну економічну рентабельність кінофестивалю вже не одне десятиліття, то залишається відкритим питання: представлені на ньому фільми обрані через їх високу художню якість, чи це така маркетингова стратегія сенсаційності? (р. 8). Або ж згадаймо дослідження С. Накадзіми (Nakajima, 2014), присвячене китайським кінофестивалем як соціальним інститутам з їхніми процесами споживання і виробництва. Зважаючи на державну кінобюрократію, коли найвідоміші кінофестивалі організовуються урядом і показують лише офіційно дозволені фільми, автор підсумовує: «без альтернативних місць (кіноклубів і кінофестивалів) та медіаспоживання (DVD та інтернет) китайські незалежні фільми не існують як соціальна реальність. Навіть якщо окремі фільми будуть відзняті, вони не зможуть охопити китайську внутрішню аудиторію» (р. 61).

У праці «Жіночий натиск» Р. Райцамер (Reitsamer, 2012) розглядає окрему культурну мережу, пов'язану з протидією та боротьбою проти дискримінації жінок у межах роботи фестивалів електронної танцювальної музики. Такі музичні фестивалі, як Mutek і Sonar, ця мережа звинувачує в несправедливому представництві жінок у їхніх програмах і, що запрошуються лише обрані жінки-діджеї, зазвичай не через програмну політику фестивалю, а внаслідок гендерних стереотипів, що лише посилює гендерні відмінності (pp. 406–407).

На додаток до окреслених вище, варто зазначити ще кілька перспективних напрямів досліджень фестивальних практик:

- вплив кліматичних змін на організацію та проведення фестивалів і навпаки, враховуючи антропогенний фактор (Mair, 2020);
- фестивалі в епоху підвищених ризиків (COVID-19, терористичні атаки, регіональні війни тощо) (Andersson et al., 2020; Campbell & Boisvert, 2021);
- генерування та збереження фестивальних вражень ((Duffy & Mair, 2021; Everingham et al., 2021);

- соціокультурні впливи фестивалів, адже йдеться про місця, де люди можуть комунікувати, вивчати та розвивати персональну та соціальну ідентичність (Duffy, 2019);
- фестивалі, технологічний розвиток та інновації (Bossey, 2019) та ін.

Висновки

Отже, конвергенція Festival Studies і Cultural Studies, їх співпраця є цікавою і малодослідженою темою в українській культурології. З позиції Cultural Studies фестивалі є конфігурацією або ж формою культурної демонстрації та простором культурної комунікації, місцем, де зароджуються владні та культурні конфлікти. Фестивалі конституюють простір для генерації оповіді, досвіду та пам'яті. Вони є публічною сферою, до якої залучені суб'єкти як активні учасники та творці цієї сфери і водночас реципієнти культурно-мистецьких сенсів, що перебувають під впливом цієї сфери. Багато цікавих і актуальних тем, пов'язаних з фестивальною практикою (протидія дискримінації, проблема ідентичності та субкультур, інституційне конструювання реальності, неокolonіальна спадщина, фестивальний досвід і враження, аналіз фестивалю як особливої категорії івентів, антропогенний фактор у фестивальній практиці, фестивалі в контексті технологічного та цивілізаційного розвитку та ін.), ті, які потребують ґрунтовного якісного аналізу, підкреслюють важливість конвергенції Festival Studies і Cultural Studies, об'єднання їхніх методологічних потенціалів, що допоможе розширити фокус аналізу, запропонувавши нові ракурси бачення та аспекти, не представлені кількісними дослідженнями в межах туризму, менеджменту і маркетингу.

Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути як питання конвергенції Festival Studies та Cultural Studies, з'ясування міждисциплінарних взаємозв'язків, до речі, враховуючи і потенціал Event Studies, так і проблеми взаємозв'язку фестивалів з інноваціями та технологічним розвитком, соціокультурних впливів фестивалів та формування соціальної ідентичності у контексті фестивалізації, що потребують розгляду на базі кореляції зазначених студій.

Список посилань

- Andersson, T. D., Getz, D., & Jutbring, H. (2020). Balancing value and risk within a city's event portfolio: an explorative study of DMO professionals' assessments. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 413–432. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2020-0005>
- Bishop, Z. (Ed.). (2016). *Beyond Visions: A policy on culture in Europe* (EFA Books 6). European Festivals Association. https://www.efa-aef.eu/media/2341-beyond-visions_full-pdf.pdf
- Bossey, A. (2019). Industry perceptions of potential digital futures for live performance in the staging and consumption of music festivals. In J. Mair (Ed.), *The Routledge Handbook of Festivals* (pp. 406–416). Routledge.
- Campbell, C., & Boisvert, E. (2021, January 7). *Music fans to socially distance in COVID-safe 'pods' at Adelaide's Summer Sounds Festival*. ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2021-01-07/summer-sounds-festival-to-be-held-with-covid-safe-pods/13037246>

- Celik Rappas, I. A. (2016). Corporeal violence in art-house cinema: Cannes 2009. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 30(6), 670–678. <https://doi.org/10.1080/10304312.2016.1186601>
- De Greef, H., & Deventer, K. (Eds.). (2006). *Still so much to be done. Challenges for Culture in Europe* (EFA Books 1). European Festivals Association.
- De Greef, H., & Deventer, K. (Eds.). (2008). *Cahier de l'Atelier. Arts festivals for the sake of art?* (EFA Books 3). European Festivals Association.
- Delanty, G., Giorgi, L., & Sassatelli, M. (Eds.). (2011). *Festivals and the Cultural Public Sphere*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203818787>
- Deventer, K., & Reissig, J. (Eds.). (2009). *Dialogue. Festivals Act for an Intercultural Society* (EFA Books 4). European Festivals Association.
- Deventer, K., & Reissig, J. (Eds.). (2012). *Inside/Insight Festivals. 9 Festival Directors - 9 Stories* (EFA Books 5). European Festivals Association.
- Donnelly, L. (2017). Producing Space and Locality Through Cultural Displays: A Creole Case Study. *Space and Culture*, 20(1), 81–93. <https://doi.org/10.1177/1206331216643784>
- Driscoll, B. (2015). Sentiment analysis and the literary festival audience. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29(6), 861–873.
- Duffy, M. (2019). Music events and festivals: Identity and experience. In J. Mair (Ed.), *The Routledge Handbook of Festivals* (pp. 304–312). Routledge.
- Duffy, M., & Mair, J. (2021). Future trajectories of festival research. *Tourist Studies*, 21(1), 9–23. <https://doi.org/10.1177/1468797621992933>
- Everingham, P., Obrador, P., & Tucker, H. (2021). Trajectories of embodiment in Tourist Studies. *Tourist Studies*, 21(1), 70–83. <https://doi.org/10.1177/1468797621990300>
- Falassi, A. (Ed.). (1987). *Time out of time : essays on the festival*. University of New Mexico Press.
- Falzon, M.-A., & Cassar, C. M. (2015). What's in a Bang? Fireworks and the Politics of Sound in Malta. *Space and Culture*, 18(2), 143–155. <https://doi.org/10.1177/1206331213509531>
- Getz, D. (1990). *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47.
- Jamieson, K. (2014). Tracing festival imaginaries: Between affective urban idioms and administrative assemblages. *International Journal of Cultural Studies*, 17(3), 293–303. <https://doi.org/10.1177/1367877913487550>
- Jansa, P. (2017). Culture, Society and Festivals: Cultural Studies' Perspective of Festival Research. *Media Studies*, 2, 197–207. https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/front.file/download?file=2017_02_06_jansa.pdf
- Johanson, K., & Freeman, R. (2012). The reader as audience: The appeal of the writers' festival to the contemporary audience. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26(2), 303–314. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.590575>
- Khoo, T., & Noonan, R. (2011). Going for gold: Creating a Chinese heritage festival in Nundle, New South Wales. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 25(4), 491–502. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.575217>
- Klaic, D. (2014). *Festivals in Focus*. Central European University Press.

- Langen, F., & Garcia, B. (2009). *Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review* (Impacts 08). University of Liverpool. https://www.liverpool.ac.uk/media/livacuk/impacts08/pdf/pdf/Impacts08-FLangen_and_BGarcia_May_2009_Events_Review.pdf
- Mair, J. (2020). Events and climate change. In N. Wise, & K. Maguire (Eds.). *A Research Agenda for Event Impacts* (pp. 215–225). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839109256.00025>
- McHugh, K. E., & Fletchall, A. (2012). Festival and the Laughter of Being. *Space and Culture*, 15(4), 381–394. <https://doi.org/10.1177/1206331212460622>
- Mundi, S. (Ed.). (2016). *Cahier de l'Atelier #2* (EFA Books 7). European Festivals Association.
- Nakajima, S. (2014). Chinese film spaces: the social locations and media of urban independent screen consumption. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28(1), 52–64. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.870872>
- Newbold, Ch., Maughan, Ch., Jordan, J., & Bianchini, F. (Eds.). (2015). *Focus On Festivals: Contemporary European case studies and perspectives*. Goodfellow Publishers.
- Reitsamer, R. (2012). Female Pressure: A translocal feminist youth-oriented cultural network. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26(3), 399–408. <https://doi.org/10.1080/10304312.2012.665837>
- Richards, G., & King, B. (2022). The experience of cultural festivals: evidence from Hong Kong. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 296–309. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2033249>
- Ritchie, B.J.R. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2–11.
- Weber, M. (2015). Conceptualizing audience experience at the literary festival. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29(1), 84–96. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.986058>
- Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2011). *Festival and events management: an international arts and culture perspective*. Routledge.

References

- Andersson, T. D., Getz, D., & Jutbring, H. (2020). Balancing value and risk within a city's event portfolio: an explorative study of DMO professionals' assessments. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 413–432. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2020-0005> [in English].
- Bishop, Z. (Ed.). (2016). *Beyond Visions: A policy on culture in Europe* (EFA Books 6). European Festivals Association. https://www.efa-aef.eu/media/2341-beyond-visions_full-pdf.pdf [in English].
- Bossey, A. (2019). Industry perceptions of potential digital futures for live performance in the staging and consumption of music festivals. In J. Mair (Ed.), *The Routledge Handbook of Festivals* (pp. 406–416). Routledge [in English].
- Campbell, C., & Boisvert, E. (2021, January 7). *Music fans to socially distance in COVID-safe 'pods' at Adelaide's Summer Sounds Festival*. ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2021-01-07/summer-sounds-festival-to-be-held-with-covid-safe-pods/13037246> [in English].

- Celik Rappas, I. A. (2016). Corporeal violence in art-house cinema: Cannes 2009. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 30(6), 670–678. <https://doi.org/10.1080/10304312.2016.1186601> [in English].
- De Greef, H., & Deventer, K. (Eds.). (2006). *Still so much to be done. Challenges for Culture in Europe* (EFA Books 1). European Festivals Association [in English].
- De Greef, H., & Deventer, K. (Eds.). (2008). *Cahier de l'Atelier. Arts festivals for the sake of art?* (EFA Books 3). European Festivals Association [in English].
- Delanty, G., Giorgi, L., & Sassatelli, M. (Eds.). (2011). *Festivals and the Cultural Public Sphere*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203818787> [in English].
- Deventer, K., & Reissig, J. (Eds.). (2009). *Dialogue. Festivals Act for an Intercultural Society* (EFA Books 4). European Festivals Association [in English].
- Deventer, K., & Reissig, J. (Eds.). (2012). *Inside/Insight Festivals. 9 Festival Directors - 9 Stories* (EFA Books 5). European Festivals Association [in English].
- Donnelly, L. (2017). Producing Space and Locality Through Cultural Displays: A Creole Case Study. *Space and Culture*, 20(1), 81–93. <https://doi.org/10.1177/1206331216643784> [in English].
- Driscoll, B. (2015). Sentiment analysis and the literary festival audience. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29(6), 861–873 [in English].
- Duffy, M. (2019). Music events and festivals: Identity and experience. In J. Mair (Ed.), *The Routledge Handbook of Festivals* (pp. 304–312). Routledge [in English].
- Duffy, M., & Mair, J. (2021). Future trajectories of festival research. *Tourist Studies*, 21(1), 9–23. <https://doi.org/10.1177/1468797621992933> [in English].
- Everingham, P., Obrador, P., & Tucker, H. (2021). Trajectories of embodiment in Tourist Studies. *Tourist Studies*, 21(1), 70–83. <https://doi.org/10.1177/1468797621990300> [in English].
- Falassi, A. (Ed.). (1987). *Time out of time : essays on the festival*. University of New Mexico Press [in English].
- Falzon, M.-A., & Cassar, C. M. (2015). What's in a Bang? Fireworks and the Politics of Sound in Malta. *Space and Culture*, 18(2), 143–155. <https://doi.org/10.1177/1206331213509531> [in English].
- Getz, D. (1990). *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold [in English].
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. Cognizant Communication Corp [in English].
- Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47 [in English].
- Jamieson, K. (2014). Tracing festival imaginaries: Between affective urban idioms and administrative assemblages. *International Journal of Cultural Studies*, 17(3), 293–303. <https://doi.org/10.1177/1367877913487550> [in English].
- Jansa, P. (2017). Culture, Society and Festivals: Cultural Studies' Perspective of Festival Research. *Media Studies*, 2, 197–207. https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/front.file/download?file=2017_02_06_jansa.pdf [in English].
- Johanson, K., & Freeman, R. (2012). The reader as audience: The appeal of the writers' festival to the contemporary audience. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26(2), 303–314. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.590575> [in English].

- Khoo, T., & Noonan, R. (2011). Going for gold: Creating a Chinese heritage festival in Nundle, New South Wales. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 25(4), 491–502. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.575217> [in English].
- Klaic, D. (2014). *Festivals in Focus*. Central European University Press [in English].
- Langen, F., & Garcia, B. (2009). *Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review* (Impacts 08). University of Liverpool. https://www.liverpool.ac.uk/media/livacuk/impacts08/pdf/pdf/Impacts08-FLangen_and_BGarcia_May_2009_Events_Review.pdf [in English].
- Mair, J. (2020). Events and climate change. In N. Wise, & K. Maguire (Eds.). *A Research Agenda for Event Impacts* (pp. 215–225). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839109256.00025> [in English].
- McHugh, K. E., & Fletchall, A. (2012). Festival and the Laughter of Being. *Space and Culture*, 15(4), 381–394. <https://doi.org/10.1177/1206331212460622> [in English].
- Mundi, S. (Ed.). (2016). *Cahier de l'Atelier #2* (EFA Books 7). European Festivals Association [in English].
- Nakajima, S. (2014). Chinese film spaces: the social locations and media of urban independent screen consumption. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28(1), 52–64. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.870872> [in English].
- Newbold, Ch., Maughan, Ch., Jordan, J., & Bianchini, F. (Eds.). (2015). *Focus On Festivals: Contemporary European case studies and perspectives*. Goodfellow Publishers [in English].
- Reitsamer, R. (2012). Female Pressure: A translocal feminist youth-oriented cultural network. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26(3), 399–408. <https://doi.org/10.1080/10304312.2012.665837> [in English].
- Richards, G., & King, B. (2022). The experience of cultural festivals: evidence from Hong Kong. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 296–309. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2033249> [in English].
- Ritchie, B.J.R. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2–11 [in English].
- Weber, M. (2015). Conceptualizing audience experience at the literary festival. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29(1), 84–96. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.986058> [in English].
- Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2011). *Festival and events management: an international arts and culture perspective*. Routledge [in English].

CULTURAL STUDIES, FESTIVAL STUDIES AND PROMISING RESEARCH AREAS OF FESTIVAL PRACTICES

Maryna Kozlovska

PhD,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-2906-672X

e-mail: mkozlovska@knukim.edu.ua

The aim of the article is to analyse the potential of convergence between Festival Studies and Cultural Studies, to outline promising areas of research on festival practices at the present stage based on the correlation of the mentioned studios. *Research results.* In contrast to the discourses on festival tourism and festival management, which operate with quantitative methods, the discourse on the role, significance and impact of festivals on society and culture, and vice versa, emphasises not only the importance of festival practice qualitative analysis, but also suggests Festival Studies and Cultural Studies convergence. As a result of this convergence, a common field of research approaches is emerging that helps to reveal the culture-creating potential of festival practices and movements and to present festivals as an important component of the culture metasystem. *The scientific novelty* of the study lies in the fact that for the first time in Ukrainian cultural studies, Festival Studies and Cultural Studies convergence is considered as a promising methodological approach designed to enrich both areas, primarily through a qualitative cultural analysis of festival practice. *Conclusions.* It is found that from the perspective of Cultural Studies, festivals are a configuration or a form of cultural demonstration and cultural communication. They constitute a space for the generation of narrative, experience and memory and are also a public sphere that involves subjects as active participants and creators of this sphere and, at the same time, recipients of cultural and artistic meanings under its influence. It is proved that many interesting and relevant topics related to festival practice, those that require a thorough qualitative analysis, emphasise the importance of Festival Studies and Cultural Studies convergence, combining their methodological potentials, which will help to expand the focus of the analysis, offering new perspectives and aspects not represented by quantitative research in tourism, management and marketing.

Keywords: Cultural Studies; Festival Studies; festival; festival practice; festival space; events; convergence; cultural identity



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293769
УДК 008:005.8(477)"2018/2023"

КУЛЬТУРНІ ПРОЄКТИ УКРАЇНСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО ФОНДУ: 2018–2023 рр.

Олеся Комарніцька

Здобувач,

Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна

ORCID: 0009-0006-5877-6276

e-mail: olesiakomarnitska5@gmail.com

Для цитування:

Комарніцька, О. (2023). Культурні проєкти Українського культурного фонду: 2018–2023 рр. *Питання культурології*, 42, 152–162. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293769>

Мета статті — дослідити діяльність Українського культурного фонду як показовий приклад культурного проєктування. Методи дослідження ґрунтуються на застосуванні загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема аналізу та синтезу, абстрагування та узагальнення. *Результати дослідження*. Акцентовано, що сьогодні до реалізації культурних проєктів активно долучений Український культурний фонд та інші інституції, але саме Українському культурному фонду належить провідна роль у наданні грантів на підтримку і розвиток національної культури. Підсумовано, що діяльність Українського культурного фонду є незаперечним доказом високого попиту на підтримку програм і проєктів у сфері культури та мистецтва в Україні. Пропоновані фондом проєкти зорієнтовані на загальнонаціональний і регіональний розвиток культури і мистецтва, зокрема збереження культурної спадщини, відновлення та реконструкцію її об'єктів тощо. *Наукова новизна* одержаних результатів полягає в підсумовуванні проєктної діяльності Українського культурного фонду, введенні в науковий обіг нових даних про його аналітичну роботу та партнерську діяльність. *Висновки*. Завдяки активній діяльності Українського культурного фонду, навіть попри пандемію COVID-19 і російську збройну агресію, культурне життя в країні отримує вагому фінансову підтримку, сприяє ініціативності та креативності культурних інституцій, державних і громадських організацій у сфері культури і мистецтв, залученню усе більшої кількості людей до культурної діяльності, спонукаючи їх стати ініціаторами та водночас учасниками унікальних культурних проєктів. Культурні проєкти Українського культурного фонду — це синергія не лише фінансових та організаційно-управлінських компонентів, а й творчих, ціннісних, культурних, які в сукупності сприяють досягненню головної мети конкретного культурного проєкту.

Ключові слова: культурний проєкт; грант; Український культурний фонд; Креативна Європа; Український інститут

Вступ

Останніми роками культура все частіше позиціюється як продуктивний сектор, який відіграє вирішальну роль у розвитку національних економік, соціальному зростанні та відродженні спільнот. Як наслідок, культурні індустрії почали розглядатися як основні рушійні сили сталого розвитку, які суттєво сприяють не лише підтримці самої культури, а й отриманню доходу, створенню можливостей тощо. У провідних країнах світу культурні та креативні індустрії щорічно становлять значний відсоток від загального ВВП. Враховуючи цей важливий вплив культури на становлення інноваційного суспільства, чимало міжнародних і національних організацій активно сприяють її розвитку. У межах своїх дослідницьких, адвокаційних та інших ініціатив ці організації працюють на глобальному та національному рівнях, щоб максимально використати можливості впливу культури на спільноти, підтримати культурне різноманіття, продемонструвати багатомірну роль культури в процесах національного розвитку, її інтеграції у сталий розвиток.

В Україні наявні державні та громадські організації, діяльність яких скерована на надання грантів на численні проекти у сфері культури і мистецтва, які перетворилися з популярних, «новомодних» явищ на самодостатній вид соціокультурної активності. Культурні проекти реалізуються сьогодні в науці, різних видах мистецтва та водночас у діяльності культурних інституцій.

Аналіз попередніх досліджень

Питання проектної діяльності у сфері культури досліджували науковці різних галузей — філософії, соціології, культурології, економіки тощо. Проте здебільшого розглядалися теоретико-методологічні засади проектування у сфері культури; пропонувалися різні підходи щодо визначення поняття «культурне проектування» та ін., більшість публікацій зводилася до розгляду проблеми з економічного погляду. Культурологічні праці в основному присвячені проблемам розвитку культурних і креативних індустрій, культурних практик. Зокрема, питання культурних практик досліджували О. Копієвська (2019а; 2019b), Л. Скокова (2019); культурних індустрій — І. Петрова (2022) та ін. Лише в окремих публікаціях висвітлюється проблема проектної діяльності у сфері культури з культурологічного погляду. Зокрема, соціально-культурне проектування як інноваційну технологію ефективного управління культурними процесами розглядає у своїй праці Я. Рудь (2013). Дослідники Т. Калита та Т. Заряжко (2019) у статті «Застосування проектної діяльності у сфері культури» здійснили прикладний культурологічний аналіз проектної діяльності у сфері культури, результатів діяльності організацій, які проводять конкурси, рівнів, типів, де застосовуються культурні проекти. Автори наголошують, що «вимоги до проектів сфери культури визначаються в орієнтації їх до напрямів мистецтва, культурної спадщини, літератури, креативних індустрій тощо, тобто розвитку культурного продукту» (с. 140). На думку авторів, останнім часом спостерігається «зміна культурного попиту з етнотрадиційного на постмодерно-фестивальний, з нарощуванням громадянської складової» (Калита & Заряжко, 2019, с. 140). Наукових розвідок, присвячених безпосередньо проектній діяльності українських державних і гро-

мадських інституцій, вкрай мало, що й спонукає до розгляду однієї з провідних організацій — Українського культурного фонду, діяльність якого є показовим свідченням вагомого внеску в розвиток національної культури та її презентації на міжнародному рівні.

■ **Мета статті**

Мета статті — дослідити діяльність Українського культурного фонду як показовий приклад культурного проектування.

■ **Результати дослідження**

Культурне проектування — це важлива типологічна ознака сучасної культури, в основі якої лежить творча діяльність людини. За кордоном накопичено чималий досвід розробки та впровадження культурних проєктів. В Україні питаннями соціально-культурних і культурно-мистецьких проєктів почали цікавитися лише з 90-х років ХХ ст., спочатку хаотично, пізніше — на рівні як державних структур, так і комерційних інституцій. Сьогодні до реалізації культурних проєктів активно долучений Український культурний фонд та інші інституції, але саме Українському культурному фонду належить провідна роль у наданні грантів на підтримку і розвиток національної культури.

Український культурний фонд (УКФ) було створено у 2017 році на підставі відповідного Закону України з метою «сприяння розвитку культури та мистецтв України, забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства» (Верховна Рада України, 2017). Основна місія фонду окреслена на офіційному сайті УКФ: «Фонд, впроваджуючи нові механізми надання орієнтованої на результат конкурсної державної фінансової підтримки ініціативам у сфері культури та креативних індустрій, сприяє творенню розвиненої екосистеми культури та креативності в Україні, яка уможливує породження та розповсюдження в суспільстві нових сенсів та спільних цінностей, а також сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку української культури в контексті актуальних світових тенденцій» (Український культурний фонд, б.д.). Одним із напрямів діяльності УКФ є підтримка та державне фінансування культурних проєктів. З 2018 року Український культурний фонд (б.д.) щорічно презентує на своєму офіційному сайті грантові програми на конкурсних засадах: «Культура без бар'єрів», «Грандподія», «Культурна спадщина», «Аудіовізуальне мистецтво», «Відновлення культурно-мистецької діяльності», «Культура. Регіони». Також з метою інформування і просування проєктів УКФ розміщує оголошення про конкурси, зміст проєктів, умови участі в конкурсі тощо на своїх сторінках у соціальних мережах: YouTube, Facebook, Instagram, Telegram. Деякі зміни щодо грантового сезону 2022 року відбулися з початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України. Оскільки пріоритетом для держави стало фінансування оборонного сектору, після низки консультацій Українського культурного фонду з Міністерством фінансів та Міністерством культури та інформаційної політики, в умовах відсутності державного фінансування УКФ, деякі грантові програми, за якими було проведено експертне оцінювання до лютого 2022 року, було пролонговано на

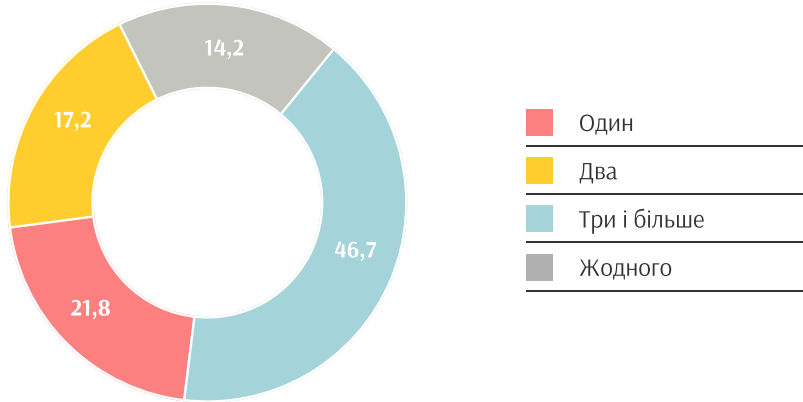
2023 рік. Це стосувалося програм «Культура без бар'єрів», «Аудіовізуальне мистецтво» (ЛОТи 1–3), «Гранд-подія» (ЛОТ 1). Після схвалення державного бюджету на 2023 рік обсяг фінансування підтримки культурно-мистецьких проєктів у 2023 році збільшили з 0 до 150 млн грн ("*150 мільйонів гривень передбачено*", 2022). УКФ у такий спосіб відновив конкурс на грантові програми 2023 року: три програми залишилися пролонгованими з 2022 року і додали три нові програми: «Відновлення культурно-мистецької діяльності», «Культурна спадщина» і «Культура. Регіони» (рис. 1).

Конкурсна програма	Отримано заявок	Заявки, які пройшли технічний відбір
Програма Відновлення культурно-мистецької діяльності	650	423
ЛОТ 1. Відновлення культурно-мистецької діяльності (культурно-мистецькі проєкти)	511	341
ЛОТ 2. Стипендія на відновлення культурно-мистецької діяльності	139	82
Програма Культурна спадщина:	457	285
ЛОТ 1. Диджиталізація	140	87
ЛОТ 2. Кроссекторальні проєкти зі збереження культурної спадщини	246	159
ЛОТ 3. Дослідження історико-культурної спадщини України	71	39
Програма Культура. Регіони :	180	68
ЛОТ 1. Локальна культура	144	46
ЛОТ 2. Культура корінних народів та унікальні етнічні культури Приазов'я і Причорномор'я	36	22
ВСЬОГО	1287	776

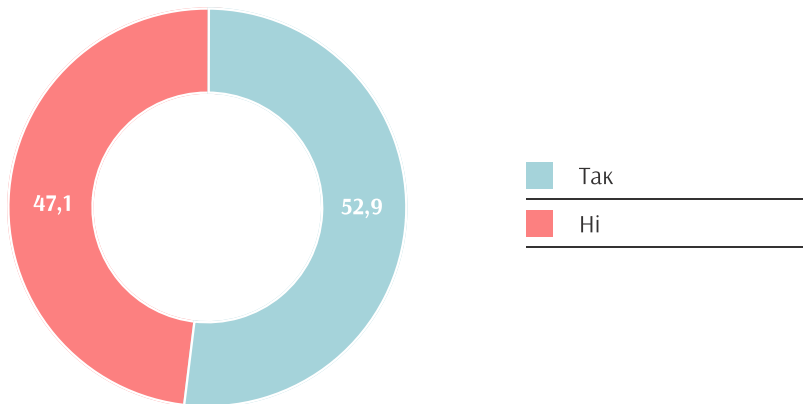
Рис. 1. Нові конкурсні програми УКФ на 2023 рік
(Український культурний фонд, 2023, с. 6)

Український культурний фонд проводить також аналітичну роботу, реалізуючи дослідження стану культурної сфери України. Зокрема, у березні 2023 року методом електронного анкетування осіб, які подали заявки на грантові програми

ми УКФ на 2023 рік, було проведене опитування, результати якого відображено на рис. 2. За даними опитування, більш ніж половина осіб, які подали заявки на участь у конкурсі на програми (52,9 %), вже мали досвід отримання грантів.



Досвід подачі заявок (кількість разів), %



Досвід отримання грантів, %

Рис. 2. Результати опитування учасників грантових програм УКФ у 2023 р.
(Український культурний фонд, 2023, с. 12)

Однією з програм УКФ, яка отримує фінансування від Європейського Союзу, є «Креативна Європа». Програма складається з двох частин: «Культура» і «Медіа». На підпрограму «Культура» припадає 33 % бюджету програми «Креатив-

на Європа» (Креативна Європа. Україна, б. д.). Варто зазначити, що вже перші результати програми були успішними для України: з 548 заявок до 23-х долучилися українські учасники, з яких 4 заявки українців отримали гранти (Лелик, 2019, с. 3). Одним із переможців став проєкт «Поліфонія» — проєкт міжнародного культурного співробітництва Угорщини, України та Франції. «Місія проєкту "Поліфонія" полягає в тому, щоб дослідити, зберегти та презентувати живу пісенну традицію українського сільського середовища» (Проєкт Поліфонія, б.д.). На сайті фонду представлено онлайн-архів музичного фольклору.

Наприкінці 2022 року УКФ підготував проєктну заявку на конкурс за програмою «Креативна Європа» за напрямом: «Культура у війні: підтримка митців та інституцій у сфері культури» (*"Річний звіт Українського культурного фонду за 2022 рік"*, 2023). Цей конкурс проводить Європейське виконавче агентство з освіти та культури. Упродовж II кварталу 2023 року було також подано дві грантові заявки на конкурс «Креативної Європи» в межах напряму «Проєкти європейської співпраці»: «VITER — the European media, culture and creative space. Партнер: Portugal Europe Initiative, ACDIPE (Португалія); "ARTEpreneurship. Сприяння розвитку підприємницьких навичок митців з міжнародного аудіовізуального сектору". Партнер проєкту: Add Art (Греція)» (Український культурний фонд, 2023, с. 11). УКФ проводить потужну партнерську діяльність, залучаючи закордонні організації до співпраці, зокрема і для реалізації культурних проєктів. Наприклад, разом з PEN America у 2022 році реалізовано спільну програму «Artists at Risk Connection» (ARC) щодо підтримки діячів культури в секторі візуального мистецтва — 115 заявок було рекомендовано до підтримки (*"Річний звіт Українського культурного фонду за 2022 рік"*, 2023).

Загалом міжнародні гранти є важливим способом реалізації культурних проєктів. Національне бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні щороку проводить міжнародні ярмарки грантів, крім 2022 року, у зв'язку з повномасштабним вторгненням Росії. З 2011 по 2015 роки діяла програма Східного партнерства «Культура», розроблена Європейською комісією з метою підвищення ролі культури в сталому розвитку регіону (Почтаренко, 2014). Програма пропонувала гранти на регіональні культурні проєкти. Іншим прикладом може слугувати грантова програма «Culture Bridges», яка діяла у 2017–2020 роках і складалася з трьох категорій грантів: «Міжнародна мобільність», «Проєкти національного співробітництва» та «Проєкти міжнародного співробітництва» (*"Culture Bridges"*, n.d.). На українські проєкти цією програмою у 2018 році було виділено 43 гранти на суму 348 тис. євро в межах першого конкурсу (*Програма ЄС Culture Bridges*, 2018). Найбільше проєктних заявок подано у секторах: культурна спадщина; візуальне мистецтво, фестивалі та креативні індустрії.

Питаннями підтримки культурних проєктів та їх просуванням займається й інша українська державна культурна інституція — Український інститут, створений 2017 року. Його місія — «зміцнення міжнародної і внутрішньої суб'єктності України засобами культурної дипломатії» (Український інститут, б.д.). До основних напрямів програмної діяльності Українського інституту належать: мистецькі програми; кроссекторальні програми; розвиток культурної дипломатії та ін. (Програмні напрями, б.д.). Так, згідно зі звітом Українського інститу-

ту за 2022 рік, уперший рік повномасштабної війни інститут реалізував низку культурних проєктів, серед яких заслуговують на увагу: серія онлайн-заходів «Діалоги про війну» (протягом 2022 року відбулося 32 епізоди цієї серії); «Місяць культурної дипломатії» — #UkraineEverywhere — під таким гаслом стартувала інформаційна кампанія, спрямована на оновлення та створення нових статей про Україну та українську культуру українською та іншими мовами у Вікіпедії ("Річний звіт за 2022", 2023, с. 97). Рік найбільших викликів став водночас роком єднання та співпраці. Український інститут разом з Британською Радою започаткували та втілили «Сезон культури Велика Британія/Україна: розмаїту програму мистецьких резиденцій, дискусій, форумів, кінопоказів, музичних і літературних подій, перформансів та виставок» ("Річний звіт за 2022", 2023, с. 24). Усі вони зібрані на сайті ukuaseason.org.

■ Висновки

Діяльність Українського культурного фонду є незаперечним доказом високого попиту на підтримку програм і проєктів у сфері культури та мистецтва в Україні. Пропоновані фондом проєкти зорієнтовані на загальнонаціональний і регіональний розвиток культури і мистецтва, зокрема збереження культурної спадщини, відновлення та реконструкцію її об'єктів тощо. Завдяки активній діяльності Українського культурного фонду (навіть попри пандемію COVID-19 і російську збройну агресію) культурне життя в країні отримує вагому фінансову підтримку, сприяє ініціативності та креативності культурних інституцій, державних і громадських організацій у сфері культури і мистецтва, залученню усе більшої кількості людей до культурної діяльності, спонукаючи їх стати ініціаторами та водночас учасниками унікальних культурних проєктів. Культурні проєкти Українського культурного фонду — це синергія не лише фінансових та організаційно-управлінських компонентів, а й творчих, ціннісних, культурних, які в сукупності сприяють досягненню головної мети конкретного культурного проєкту.

■ Список посилань

- Верховна Рада України. (2017, 23 березня). *Про Український культурний фонд* (Закон № 1976-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19#Text>
- Калита, Т. В., & Заряжко, Т. В. (2019). Застосування проєктної діяльності у сфері культури. *Культура України. Серія: Культурологія*, 64, 138–149. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.064.13>
- Копієвська, О. (2019а). Культурні практики в дискурсі Cultural Studies. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*, 2, 49–53. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2019.175374>
- Копієвська, О. (2019б). Тематизація культурних практик у науковому дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*, 1, 64–68. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2019.166537>
- Креативна Європа. Україна. (б.д.). *Головна*. Взято 12 серпня 2023 з <https://creativeeurope.in.ua/>
- Почтаренко, Я. (2014, 14 березня). *Культурні проєкти – це те, що «добре було б мати» чи необхідність?* Гурт. <https://gurt.org.ua/interviews/21447/>

- Лелик, М. Б. (2019). *Реалізація та фінансування культурних проєктів – міст до налагодження ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями в Україні та ЄС. Національна бібліотека України ім. Ярослава Мудрого*. https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2019/kulturni%20proekty.pdf
- Петрова, І. В. (2022). Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*, 39, 63–78. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902>
- Програма ЄС Culture Bridges виділяє 43 гранти на українські культурні проєкти*. (2018, 03 квітня). Art Ukraine. <https://artukraine.com.ua/n/-programma-yes-culture-bridges-vidilyaye-43-granti-na-ukrainski-kulturni-proekti/>
- Програмні напрямки Українського Інституту*. (б.д.). Український інститут. Взято 12 серпня 2023 з <https://ui.org.ua/programs/>
- Проект Поліфонія. (б.д.). *Головна*. Взято 12 серпня 2023 з <https://www.polyphonyproject.com/uk>
- Річний звіт за 2022*. (2023). Український інститут. https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2023/05/report-ui_2022.pdf
- Річний звіт Українського культурного фонду за 2022 рік* (2023). Український культурний фонд https://ucf.in.ua/storage/docs/26052023/%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0%20%D0%97%D0%92%D0%86%D0%A2%202022_a2af8de16597308c7d45433506e7fe5754c61f89.pdf
- Рудь, Я. С. (2013). Соціально-культурне проектування - інноваційна технологія ефективного управління культурними процесами. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*, 31, 161–167.
- Скокова, Л. Г. (2019). *Культурні практики в сучасному суспільстві: теоретичні підходи та емпіричні виміри* [Автореферат доктора соціологічних наук, Інститут соціології Національної академії наук України].
- 150 мільйонів гривень передбачено для підтримки культурно-мистецьких проєктів у 2023 році* (2022, 4 листопада). Український культурний фонд. сайт. <https://ucf.in.ua/news/04112022>
- Український інститут. (б.д.). *Головна*. Взято 12 серпня 2023 з <https://ui.org.ua/mission/>
- Український культурний фонд. (б.д.). *Головна*. Взято 12 серпня 2023 з <https://ucf.in.ua/p/about>
- Український культурний фонд. (2023). *Звіт УКФ за II квартал 2023* https://ucf.in.ua/storage/docs/15092023/_%D0%B7%D0%B0%20%D0%86%D0%86%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BB%2015.09_bb8bf439b99ce719792b2feeb7f2e157389b9cb9.pdf
- Culture Bridges*. (n.d.). British Council. Retrieved August 12, 2023, from <https://www.britishcouncil.org.ua/en/programmes/arts/culture-bridges>

References

- Verkhovna Rada of Ukraine. (2017, March 23). *Pro Ukrainyskyi kulturnyi fond* [About the Ukrainian cultural fund] (Law No. 1976-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19#Text> [in Ukrainian].
- Kalyta, T. V., & Zariashko, T. V. (2019). Zastosuvannya proektnoi diialnosti u sferi kultury [Application of project activities in culture]. *Culture of Ukraine*, 64, 138–149. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.064.13> [in Ukrainian].

- Kopijevska, O. (2019a). 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. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2019.175374> [in Ukrainian].
- Kopijevska, O. (2019b). Tematyzatsiia kulturnykh praktyk u naukovomu dyskursi [Thematization of cultural practices in the scientific discourse]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 1, 64–68. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2019.166537> [in Ukrainian].
- Creative Europe. Ukraine. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved August 12, 2023, from <https://creativeeurope.in.ua/> [in Ukrainian].
- Pochtarenko, Ya. (2014, March 14). *Kulturni proekty - tse te, shcho "dobre bulo b maty" chy neobkhdnist?* [Are cultural projects a "nice to have" or a necessity?]. *Hurt*. <https://gurt.org.ua/interviews/21447/> [in Ukrainian].
- Lelyk, M. B. (2019). *Realizatsiia ta finansuvannia kulturnykh proektiv – mist do nalahodzhennia efektyvnykh zviazkiv mizh myttsiamy, kulturnymy operatoramy ta instytutsiamy v Ukraini ta YeS* [Implementation and financing of cultural projects - a bridge to establishing effective connections between artists, cultural operators and institutions in Ukraine and the EU]. Yaroslav Mudryi National Library of Ukraine. https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2019/kulturni%20proekty.pdf [in Ukrainian].
- Petrova, I. V. (2022). Kulturni ta kreatyvni industrii: problema vyznachennia [Cultural and creative industries: the definition issue]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 63–78. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902> [in Ukrainian].
- Prohrama YeS Culture Bridges vydiliaie 43 hranty na ukrainski kulturni proekty* [The EU Culture Bridges program allocates 43 grants for Ukrainian cultural projects]. (2018, April 3). *Art Ukraine*. <https://artukraine.com.ua/nl-programa-yes-culture-bridges-vidilyaye-43-granti-na-ukrainski-kulturni-proekti/> [in Ukrainian].
- Prohramni nampryamy Ukrainskoho Instytutu* [Program directions of the Ukrainian Institute]. (n.d.). Ukrainian Institute. Retrieved August 12, 2023, from <https://ui.org.ua/programs/> [in Ukrainian].
- Polyphony Project. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved August 12, 2023, from <https://www.polyphonyproject.com/uk> [in Ukrainian].
- Richnyi zvit za 2022* [Annual report for 2022]. (2023). Ukrainian Institute. https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2023/05/report-ui_2022.pdf [in Ukrainian].
- Richnyi zvit Ukrainskoho kulturnoho fondu za 2022 rik* [Annual report of the Ukrainian Cultural Foundation for 2022]. (2023). Ukrainian Cultural Foundation. https://ucf.in.ua/storage/docs/26052023/%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0%20%D0%97%D0%92%D0%86%D0%A2%202022_a2af8de16597308c7d45433506e7fe5754c61f89.pdf [in Ukrainian].
- Rud, Ya. S. (2013). Sotsialno-kulturne proektuvannia - innovatsiina tekhnolohiia efektyvnoho upravlinnia kulturnymy protsesamy [Socio-cultural design is an innovative technology of effective management of cultural processes]. *Topical problems of History, Theory and practice of Artistic Culture*, 31, 161–167 [in Ukrainian].
- Skokova, L. H. (2019). *Kulturni praktyky v suchasnomu suspilstvi: teoretychni pidkhody ta empirychni vymiry* [Cultural practices in modern society: theoretical approaches and empirical dimensions] [Abstract of DSc Dissertation, Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine] [in Ukrainian].

150 milioniv hryven peredbacheno dlia pidtrymky kulturno-mystetskykh proiektiv u 2023 rotsi [150 million hryvnias are provided for the support of cultural and artistic projects in 2023]. (2022, November 4). Ukrainian Cultural Foundation. <https://ucf.in.ua/news/04112022> [in Ukrainian].

Ukrainian Institute. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved August 12, 2023, from <https://ui.org.ua/mission/> [in Ukrainian].

Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved August 12, 2023, from <https://ucf.in.ua/p/about> [in Ukrainian].

Ukrainian Cultural Foundation. (2023). Zvit UKF za II kvartal 2023 [UKF report for the II quarter of 2023]. https://ucf.in.ua/storage/docs/15092023/_%D0%B7%D0%B0%20%D0%86%D0%86%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BB%2015.09_bb8bf439b99ce719792b2feeb7f2e157389b9cb9.pdf [in Ukrainian].

Culture Bridges. (n.d.). British Council. Retrieved August 12, 2023, from <https://www.britishcouncil.org.ua/en/programmes/arts/culture-bridges> [in English]

■ CULTURAL PROJECTS OF THE UKRAINIAN CULTURAL FOUNDATION: 2018–2023

■ Olesia Komarnitska

■ *External PhD student,*

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0006-5877-6276

e-mail: olesiakomarnitska5@gmail.com

The aim of the article is to examine the activities of the Ukrainian Cultural Foundation as an illustrative example of cultural projection. *Research methods* are based on general scientific and special methods application, in particular, analysis and synthesis, abstraction and generalisation. *Research results*. It is emphasized that today, the Ukrainian Cultural Foundation and other institutions are actively involved in the implementation of cultural projects, but it is the Ukrainian Cultural Foundation that plays a leading role in providing grants to support and develop national culture. The author concludes that the activities of the Ukrainian Cultural Foundation are indisputable proof of the high demand for support for programmes and projects in the field of culture and art in Ukraine. The projects proposed by the Foundation are focused on the national and regional development of culture and art, including the preservation of cultural heritage, restoration and reconstruction of its objects, etc. *The scientific novelty* of the received results lies in summarising the project activities of the Ukrainian Cultural Foundation, introducing new data on its analytical work and partnership activities into scientific circulation. *Conclusions*. Thanks to the active work of the Ukrainian Cultural Foundation, despite the COVID-19 pandemic and Russian armed aggression, cultural life in the country receives significant financial support, promotes the initiative and creativity of cultural institutions, government and public organisations in the field of culture and arts, and engages more and more people in cultural activities, encouraging them to become initiators

and participants in unique cultural projects. The cultural projects of the Ukrainian Cultural Foundation are a synergy of not only financial, organisational and managerial components, but also creative, value and cultural ones, which together contribute to the achievement of the main goal of a particular cultural project.

■ **Keywords:** cultural project; grant; Ukrainian Cultural Foundation; Creative Europe; Ukrainian Institute



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293771

УДК 316.7:004.031.42"19/20"

ІНТЕРАКТИВНІСТЬ ЯК ЯВИЩЕ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Олексій Красненко

Здобувач,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0001-8398-8453

e-mail: alexeykrasnenko@gmail.com

Для цитування:

Красненко, О. (2023). Інтерактивність як явище культурного простору кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Питання культурології*, 42, 163–172. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293771>

Мета статті — виявити особливості інтерактивності як явища культурного простору кінця ХХ – початку ХХІ ст. *Результати дослідження*. У статті досліджено феномен інтерактивності в контексті сучасного культурного простору. З'ясовано, що інтерактивність є фундаментальною та унікальною ознакою мультимедіа, яка значною мірою визначає естетичну природу інтерактивних художніх середовищ (неповторність художнього образу, засобів виразності, просторово-часової організації матеріалу, сприйняття). *Наукова новизна* полягає в дослідженні явища інтерактивності крізь призму сучасного культурного простору, аналізі основних характеристик і форм прояву в контексті інноваційних і традиційних художніх практик кінця ХХ – початку ХХІ ст. *Висновки*. Принцип інтерактивності, тобто взаємодія глядача та репрезентатора культурного продукту, є ключовим у формуванні сучасного культурного простору, що пропонує майданчики, відкриті для спільного спілкування та активної участі творчих особистостей, яких не влаштовує роль пасивного глядача, які хочуть не спостерігати, а брати участь. Визначення інтерактивності в контексті практик сучасного культурного простору залежить від особливостей інноваційних мультимедійних і традиційних художніх практик, а також поставлених творчих завдань. Інтерактивність змінює загальноприйняті підходи до традиційної культурної діяльності, впливає на більшість засобів виразності традиційних художніх практик, що є результатом їх інтегрування з цифровими технологіями.

Ключові слова: інтерактивність; культурний простір; традиційні культурні практики; інтерактивні технології; взаємодія

Вступ

Інтерактивність — явище, що інтенсивно розвивається і трансформується в культурному просторі кінця XX – перших двох десятиліть XXI ст. та є його вагомою частиною.

На сучасному етапі готовність до сприйняття та генерування нових ідей позиціюється як унікальне творче спрямування, основою для появи якого є події та майданчики культурного простору початку XXI ст. — різноманітні масові свята, фестивалі, центри мистецтв та ін. Властивий сучасному періоду розвитку суспільства творчий динамізм отримав вираження у феномені інтерактивності, що характеризує специфіку системи комунікації перших двох десятиліть XXI ст. Відповідно до загальної тенденції діалогізму, що передбачає відмову від пасивно-споживацького ставлення до культурних практик на користь активно-творчого, інтерактивні можливості культурного простору вважають однією з пріоритетних галузей у дослідженні культури.

Аналіз попередніх досліджень

Дослідження інтерактивності здебільшого здійснювали закордонні науковці, зокрема Дж. Мід, К. Лазо, Дж. Барросо, К. Паул та ін. Результати, оприлюднені в наукових публікаціях, стали основою для розробки різноманітних аспектів інтерактивності.

Деякі аспекти інтерактивності аналізує І. Климко (2017) у дослідженні «Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності», акцентуючи на тому, що «комунікація як система інтерактивних взаємодій культурних практик у контексті глобалізаційних процесів сучасності стає провідним фактором здійснення інтегративного потенціалу соціокультурних ініціатив» (с. 3); дослідженню явища інтерактивної літератури як частини сучасної масової культури присвячено наукову публікацію А. Гребенюка (2014) «Інтерактивна література як нове явище української культури»; інтерактивні методики та практики в контексті практичного досвіду діяльності музейних установ України та світу аналізує В. Банах (2016) у науковій публікації «Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи»; основні моделі інтерактивних технологій крізь призму розробки експозиційних рішень розглядає Т. Березнюк (2018) у статті «Особливості та специфіка побудови інтерактивних музейних експозицій»; дослідженню інтерактивного театру присвячено наукові публікації Р. Кучер (2021), М. Бангрович (2019) та ін.

Отже, проблематика інтерактивності належить до питань, що привертають значну увагу українських дослідників, проте все ще лишається на стадії розробки. Тема інтерактивності крізь призму сучасного культурного простору потребує більш детального дослідження і висвітлення з позицій сучасної культурології.

Мета статті

Мета статті — виявити особливості інтерактивності як явища культурного простору кінця XX – початку XXI ст.

Результати дослідження

Феномен інтерактивності викликає дослідницький інтерес протягом кількох останніх десятиліть, але досі не має універсальної концептуалізації в науковій літературі. Дослідники визначили найважливіші концептуальні компоненти інтерактивності як визначального складника онлайн-технологій і ключової змінної для вивчення та використання ефектів (нових) медіатехнологій, які полягають у її здатності забезпечувати обмін інформацією та контролювати користувача (Walther et al., 2005, p. 5). Поширеною є думка, що інтерактивність підвищує залучення користувачів/глядачів/відвідувачів, покращує навчання, забезпечує постійну прихильність до подальших обмінів (Butler et al., 2006, p. 19).

Термін «інтерактивність» є похідним від інтеракції (англ. interaction), що, відповідно до словниково-енциклопедичної літератури, означає взаємодію. Таке розуміння є запозиченим із соціальної психології, зокрема із символічного інтеракціонізму Дж. Міда, який розглядав інтерактивність у розумінні взаємного впливу людей або взаємодії груп як безперервного діалогу (Griffin et al., 2015, p. 192).

З методологічного погляду взаємодія як явище значно ширше інтерактивності, оскільки взаємодія в загальнонауковому сенсі означає зв'язок — певну взаємозумовленість в існуванні явищ, зокрема тих, що розділені простором і часом. Як комунікація індивідів взаємодія проявляється в різноманітних формах — від одномоментного чи тривалого контакту до цілеспрямованого чи спонтанного впливу з очікуваним або непередбачуваним результатом та ін. Відповідно, далеко не всі види та форми взаємодії доречно визначати як інтерактивні.

Згідно зі словниково-енциклопедичною літературою поняття «інтерактивність» має кілька трактувань: це «динамічні та взаємні комунікативні стосунки між користувачем і комп'ютеризованим медіапристроєм, де кожна нова дія залежить від попередньої дії» (Chandler & Munday, 2011) та «будь-яке спілкування між двома або більше особами, яке динамічно формується учасниками обміну» (Chandler & Munday, 2011). Якщо розглядати інтерактивність як властивість середовища, то вона вимірює ступінь, до якого користувачі можуть впливати та змінювати форму та/або зміст. Як властивість комунікаційного процесу інтерактивність характеризується як активна, навмисна та така, що виникає лише в умовах, коли ролі відправника та одержувача повністю взаємозамінні.

Один із провідних закордонних дослідників інтерактивності С. Кіусіс (Kioussis, 2002) стверджує, що «інтерактивність є як медійним, так і психологічним чинником, який залежить від комунікаційних технологій, комунікаційного контексту та сприйняття людей» (p. 356).

А. Гребенюк (2014, с. 57) стверджує, що інтерактивність — поняття, що розкриває характер і ступінь взаємодії між об'єктами; «принцип організації системи, за якої мета досягається завдяки інформаційному обміну елементів цієї системи».

Через міждисциплінарність поняття «інтерактивність» у сучасній науковій літературі відсутнє його конкретне усталене визначення. У культурологічній і мистецтвознавчій літературі простежується сформований підхід до інтерактивності як до неklasичного типу взаємодії між людиною та артефактом під впливом мережевих способів передачі художньої інформації, технологій віртуальної

реальності та ін.; специфічної ознаки цифрового мистецтва в контексті сучасних культурних практик. Стосовно діяльності традиційних культурних інституцій цей підхід може бути доповнений такою характеристикою інтерактивності, як трансформація уявлення традиційних художніх практик про людину, яка набуває право свободи творчості в культурному просторі, та водночас трансформація людини щодо сучасних художніх практик. Цей підхід до інтерактивності проявляється у впровадженні інтерактивного компонента на різноманітних рівнях творчої діяльності культурних інституцій, в яких вона посилює відповідний ефект художніх заходів. Визначення інтерактивності як засобу художньої виразності в практиках сучасного культурного простору досить неоднозначне, оскільки його трактування безпосередньо залежить від визначених творчих завдань. Так, наприклад, у разі з інтерактивними мультимедійними застосунками інтерактивність розуміється як безпосередня участь користувача у функціонуванні програми на рівні фізичної взаємодії з управлінським інструментарієм, а у разі з інтерактивними інсталяціями інтерактивність визначається як взаємодія художнього твору з глядачем засобами фізичного контакту з частинами інсталяції. У процесі взаємодії глядача з інтерактивним твором виникає новий вид взаємодії, оскільки глядач стає безпосереднім учасником, наслідком чого є зміни художньо-естетичних і морально-етичних параметрів твору.

Інтерактивність є одним із найскладніших теоретичних питань у сфері комунікації. Дослідники наголошують на тому, що інтерактивність не нове явище, але технологічна конвергенція останнього десятиліття надала цій концепції та її застосуванню нові виміри (Lazo et al., 2013, p. 170). Деякі ранні приклади інтерактивності у культурному просторі належать до 20-х рр. ХХ ст., зокрема класичний кінематограф з його еліпсом і позакамерністю спонукав глядача «заповнити» ці прогалини в кадрі. Відомі авангардні рухи другого десятиліття ХХ ст., такі як кубістична декомпозиція тіла та сюрреалістичне хаотичне поєднання реальності та мрій, також заохочували до участі глядачів. Театр з його постановкою, живописом і грою перспектив також став інтерактивним сегментом для уяви та сприйнятливою культурного контексту аудиторії. (Paul, 2003, p. 67). Отже, інтерактивність, участь, а також мистецькі вистави й постановки були пов'язані тісними зв'язками, які змінила конвергенція нових медіа.

У сучасному культурному просторі, для якого характерні доступність і надлишок інформації, а також різноманітні технічні інновації, стратегічною перевагою стає креативність і творча активність. Для їх формування та підтримки людині необхідні якісна комунікація (для отримання й обміну знаннями та ідеями) та демократичні інтерактивні простори (для організації взаємодії та подальшого прояву).

Поява інтерактивності в її сучасному розумінні є відображенням загальнокультурної тенденції: перенесення акценту з результату творчої діяльності на процес створення артефакту. Так, сутність інтерактивності полягає у її актуальному часовому впливі, оскільки інтерактивний мистецький твір/культурний продукт існує лише в процесі взаємодії з ним.

Мистецтво та масова культура взаємодоповнюють одне одного та формують сучасний культурний простір. На сучасному етапі відбувається процес пе-

реорієнтації культурних інституцій — театр, музей, бібліотека та ін. набувають рис вільних дискусійних клубів, зміщуючи акцент з функції збереження спадку і просвітницької функції, перетворюються на центри сучасних творчих ініціатив. Вагому роль у процесі втілення інтерактивного поля в контексті культурної події відіграють технічні можливості, надаючи засоби для вираження ідей. Інтерактивність є принциповою та унікальною особливістю мультимедіа, що значною мірою визначає естетичну природу інтерактивних художніх середовищ (своєрідність художнього образу, виражальних засобів, просторово-часову організацію матеріалу, специфіку сприйняття). В інтерактивних культурних практиках технології спрямовані передусім на те, щоб викликати/посилити активну участь глядача.

Аналізуючи інтерактивність у сучасному культурному просторі, передусім наголосимо на її прояві як у вимірі інноваційних мультимедійних художніх практик (наприклад, цифрові інсталяції, public art), так і в традиційних (театральні постановки, музейні експозиції, художні виставки). В останніх відбуваються синергетичні процеси класичного художнього та новаторського технічного інструментарію, а головне, зазнає трансформації позиція глядача — з пасивного реципієнта він стає інтерпретатором і співавтором.

Восени 2022 р. у співпраці компанії Google з Міністерством культури та інформаційної політики України, Національним художнім музеєм України, Національним центром народної культури «Музей Івана Гончара», Музеєм театального, музичного та кіномистецтва та іншими культурними інституціями на платформі Google Art&Culture було створено та презентовано онлайн-простір української культури «Україна поруч». Значний акцент в проєкті зроблено на інтерактивність — історію розвитку української культури представлено в інтерактивному форматі за допомогою тривимірної графіки, віртуальних технологій, технологій доповненої реальності та ін.

Однією з характерних рис сценічного мистецтва перших двох десятиліть XXI ст., що є наявною моделлю культурного простору, «займає відповідне місце в його структурі та є системотворчим фактором культурного простору» (Юдова-Романова, 2019, с. 117), стає активність глядача, який, згідно з задумом авторів і виконавців, має стати співучасником дії. Проявами цієї тенденції в контексті сценічних мистецтв є, зокрема, специфічне конструювання і розміщення сцени, її інтегрування в глядацьку залу, вільний вихід виконавців як у традиційні зали, так і в урбаністичний простір, що своєю чергою ускладнює характер взаємодії сценічного твору на глядача, робить його залежним від співтворчості.

Так, наприклад, інтерактивні театральні постановки, що руйнують «четверту стіну» між глядачем і виконавцем як фізично, так і вербально, спрямовані на безпосередню взаємодію (наприклад, у форум-театрі Аугусто Боала саме глядач визначає зміну сценічної дії через колективне голосування за напрям розвитку сюжету), створення відчуття реальності (Velissaris & Rivera-Villicana, 2019, р. 234). Основою вистав інтерактивного театру є елементи перформансу, імпровізації, вуличного театру — він поєднує загальні характерні для кожного риси: безпосередню взаємодію з потенційним глядачем, залучення в процес розвитку дії, відсутність чітко заданої форми, за якою відбувається дія.

В Україні одними з яскравих прикладів інтерактивного театру є постановки соціально-інтерактивного «Театру життя» (художній керівник І. Палько), Молодіжного інтерактивного сучасного театру МІСТ (художній керівник Ю. Гасиліна), «PostPlayТеатру» (художній керівник А. Романов), «Q Playback Theatre», вільного театру «ОКО» (керівник Г. Рибка) та ін.

Сучасний культурний простір міста створює діалогову комунікативну мережу, в якій кожен учасник набуває нової ролі. В інтерактивному культурному просторі людина отримує змогу використати свій потенціал та всі можливості як для власного розвитку, так і для розвитку навколишнього середовища. Так, наприклад з нагоди святкування Дня Києва вже традиційним стає проведення культурно-мистецького заходу «Український інтерактивний АРТ простір», що реалізується у форматі інтерактивних майстер-класів автентичної української пісенної і танцювальної культури та виставок (традиційного одягу, музичних інструментів, творів декоративно-прикладного мистецтва та ін.).

Власну специфіку феномен інтерактивності отримує в культурних інституціях — центрах сучасного мистецтва, що є водночас експозиційними і концертними майданчиками та освітньо-дослідницькими платформами. Особливою популярністю наразі користуються творчі центри та артмайданчики, що функціонують на базі колишніх промислових об'єктів. Великою мірою цьому сприяє відкрите творче середовище для комунікації та співпраці. З 2017 р. на базі «Арт-заводу Платформа» функціонує один із наймасштабніших культурних просторів України «АКТ» (його прототипом є американський проєкт «ArtWalk») — унікальний інтерактивний музей сучасного українського мистецтва.

Інтерактивні культурні та художні практики є специфічною міждисциплінарною галуззю на межі соціологічних, культурологічних, мистецтвознавчих і психологічних підходів. Дієва інтерактивність реалізується у порівняно рівноцінній співучасті сторін, які контактують, їх реактивній, а не лінійній, позиції, готовності вступити й підтримати змістовний діалог. На понятійному рівні інтерактивний підхід як сукупність способів, прийомів розгляду та дослідження в контексті культурного простору доцільно розглядати як певну систему організації взаємодії учасників художньої практики або культурного заходу (театральної вистави, музейної експозиції, майстер-класу, public-art, художньої виставки та ін.), що спрямована на забезпечення їх активності у розв'язанні таких завдань: пізнавальних (пов'язані з важливістю осмислення та вирішення безпосередньої творчої ситуації, а також усвідомлення логіки та послідовності продуктивних дій); комунікативно-розвиваючих (реалізуються в інтерактивній формі спілкування, що сприяє розвитку комунікативних навичок і способів взаємодії з сучасним технологічним оснащенням); соціально-орієнтаційних (спрямовані на актуалізацію та формування відповідних якостей). Саме ці завдання визначають інтерактивні методи, ефективність яких зазвичай посилюється за допомогою відповідних інтерактивних засобів (мультимедійного обладнання та ін.).

Впровадження інтерактивних елементів у функціонування різноманітних культурних інституцій зумовлює відчутні трансформації традиційних форм їх діяльності. Застосування інтерактивних засобів впливає на форми базових спрямувань традиційних культурних практик.

Висновки

Принцип інтерактивності, тобто взаємодія глядача та репрезентатора культурного продукту, є ключовим у формуванні сучасного культурного простору, що пропонує майданчики, відкриті для спільного спілкування та активної участі творчих особистостей, яких не влаштовує роль пасивного глядача, які хочуть не спостерігати, а брати участь. Визначення інтерактивності в контексті практик сучасного культурного простору залежить від особливостей інноваційних мультимедійних і традиційних художніх практик, а також поставлених творчих завдань. Інтерактивність змінює загальноприйняті підходи до традиційної культурної діяльності, здійснюючи вплив на більшість засобів виразності традиційних художніх практик, що є результатом їх інтегрування з цифровими технологіями.

Список посилань

- Банах, В. М. (2016). Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*, 3(1), 1–5.
- Бангрович, М. В. (2019, 18–19 квітня). Становлення та розвиток інтерактивного театру в Україні на сучасному етапі: Форум-театр, Свідоцький театр, Плейбек-театр. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 243–244). Харківська державна академія культури.
- Березнюк, Т. (2018). Особливості та специфіка побудови інтерактивних музейних експозицій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Музеєзнавство і пам'яткознавство*, 1, 48–55. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.1.2018.147560>
- Гребенюк, А. (2014). Інтерактивна література як нове явище української культури. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки: Філософські науки*, 18(295), 55–59.
- Климко, І. Г. (2017). *Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності* [Дисертація кандидата філософських наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова].
- Кучер, Р. С. (2021, February 26). Культурогенез інтерактивного театру. In *Scientific practice: modern and classical research methods* (Vol. 3, pp. 173–174). European Scientific Platform. <https://doi.org/10.36074/logos-26.02.2021.v3.57>
- Юдова-Романова, К. (2019). Сценічний простір: проблеми термінології у мистецтвознавчих дослідженнях. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 33, 117–123. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi33.300>
- Butler, A., Chapman, J., Forman, E., & Beck, A. (2006). The empirical status of cognitive-behavioral therapy: A review of meta-analyses. *Clinical Psychology Review*, 26(1), 17–31. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2005.07.003>
- Chandler, D., & Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press. <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oia/authority.20110803100006404>
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2015). *A First Look at Communication Theory* (9th ed.). McGraw-Hill Education.

- Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New Media & Society*, 4(3), 355–383. <https://doi.org/10.1177/146144480200400303>
- Lazo, C., Barroso, J., & Hergueta-Covacho, E. (2013). Phenomenological features of digital communication: interactivity, immersion and ubiquity. *Sociedad de la Información*, 44, 169–193.
- Paul, C. (2003). *Digital Art*. Thames & Hudson.
- Velissaris, N., & Rivera-Villicana, J. (2019, November 19). Towards Intelligent Interactive Theatre: Drama Management as a Way of Handling Performance. In: Cardona-Rivera, R., Sullivan, A., Young, R. (Eds.). *Interactive Storytelling* [Conference on Interactive Digital Storytelling] (pp. 233–238). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-33894-7_24
- Walther, J., Pingree, S., Hawkins, R., & Buller, D. (2005). Attributes of interactive online health information systems. *Journal of Medical Internet Research*, 7(3), 1–10.

References

- Banakh, V. M. (2016). Muzeini innovatsii ta interaktyvnist u teorii ta praktytsi muzeinoi spravy [Museum innovations and interactivity in the theory and practice of museum work]. *Historical and cultural studies*, 3(1), 1–5 [in Ukrainian].
- Banhrovych, M. V. (2019, April 18–19). Stanovlennia ta rozvytok interaktyvnoho teatru v Ukraini na suchasnomu etapi: Forum-teatr, Svidotskyi teatr, Pleibek-teatr [Formation and development of interactive theater in Ukraine at the current stage: Forum theater, Witness theater, Playback theater]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and information society of the 21st century] [Conference materials] (pp. 243–244). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Berezniuk, T. (2018). Osoblyvosti ta spetsyfika pobudovy interaktyvnykh muzeinykh ekspozytsii [Features and specifics of interactive museum expositions building]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Museology and Monumental Studies*, 1, 48–55. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.1.2018.147560> [in Ukrainian].
- Butler, A., Chapman, J., Forman, E., & Beck, A. (2006). The empirical status of cognitive-behavioral therapy: A review of meta-analyses. *Clinical Psychology Review*, 26(1), 17–31. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2005.07.003> [in English].
- Chandler, D., & Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press. <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100006404> [in English].
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2015). *A First Look at Communication Theory* (9th ed.). McGraw-Hill Education [in English].
- Hrebeniuk, A. (2014). Interaktyvna literatura yak nove yavyshe ukrainskoi kultury [Interactive literature as a new phenomenon of Ukrainian culture]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky: Filosofski nauky*, 18(295), 55–59 [in Ukrainian].
- Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New Media & Society*, 4(3), 355–383. <https://doi.org/10.1177/146144480200400303> [in English].
- Klymko, I. H. (2017). *Syntezy kulturnykh praktyk turystychnoi diialnosti yak faktor harmonizatsii hlobalizatsiinykh protsesiv suchasnosti* [Synthesis of cultural practices of tourist

- activity as a factor in the harmonization of modern globalization processes] [PhD Dissertation, Drahomanov National Pedagogical University] [in Ukrainian].
- Kucher, R. S. (2021, February 26). Kulturohenez interaktyvnoho teatru [Culture genesis of interactive theater]. In *Scientific practice: modern and classical research methods* (Vol. 3, pp. 173–174). European Scientific Platform <https://doi.org/10.36074/logos-26.02.2021.v3.57> [in Ukrainian].
- Lazo, C., Barroso, J., & Hergueta-Covacho, E. (2013). Phenomenological features of digital communication: interactivity, immersion and ubiquity. *Sociedad de la Información*, 44, 169–193 [in English].
- Paul, C. (2003). *Digital Art*. Thames & Hudson [in English].
- Velissaris, N., & Rivera-Villicana, J. (2019, November 19). Towards Intelligent Interactive Theatre: Drama Management as a Way of Handling Performance. In: Cardona-Rivera, R., Sullivan, A., Young, R. (Eds.). *Interactive Storytelling* [Conference on Interactive Digital Storytelling] (pp. 233–238). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-33894-7_24 [in English].
- Walther, J., Pingree, S., Hawkins, R., & Buller, D. (2005). Attributes of interactive online health information systems. *Journal of Medical Internet Research*, 7(3), 1–10 [in English].
- Yudova-Romanova, K. (2019). Stsenichniy prostir: problemy terminolohii u mystetstvovnavchykh doslidzhenniakh [Scenic space: problems of terminology in art studies]. *Ukrainian culture : the past, modern, ways of development*, 33, 117–123. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi33.300> [in Ukrainian].

■ INTERACTIVITY AS THE CULTURAL SPACE PHENOMENON OF THE LATE 20th – EARLY 21st CENTURIES

■ Oleksii Krasnenko

■ *External PhD student,*

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0001-8398-8453

e-mail: alexeykrasnenko@gmail.com

The aim of the article is to reveal the peculiarities of interactivity as a phenomenon of the cultural space of the late 20th – early 21st centuries. *Research results.* The article examines the phenomenon of interactivity in the context of modern cultural space. It has been found that interactivity is a fundamental and unique feature of multimedia, which largely determines the aesthetic nature of interactive artistic environments (uniqueness of the artistic image, means of expression, spatial and temporal organisation of material, perception). *The scientific novelty* consists in the study of the interactivity phenomenon through the prism of the modern cultural space, the analysis of the main characteristics and forms of manifestation in the context of innovative and traditional artistic practices of the late 20th – early 21st centuries. *Conclusions.* The principle of interactivity, i.e., the interaction between

the viewer and the representative of the cultural product, is key to the formation of a contemporary cultural space that offers platforms open for joint communication and active participation of creative individuals who are not satisfied with the role of a passive spectator, who want to participate rather than observe. The definition of interactivity in the context of contemporary cultural space practices depends on the peculiarities of innovative multimedia and traditional artistic practices, as well as, the creative tasks set. Interactivity is changing the generally accepted approaches to traditional cultural activities, affecting most of the means of expression of traditional artistic practices as a result of their integration with digital technologies.

■ **Keywords:** interactivity; cultural space; traditional cultural practices; interactive technologies; interaction



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293773

УДК 7-028.26:004]:379.8-025.26

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ В ГІБРИДНИХ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИХ ІВЕНТАХ

Оксана Крупа^{1а}, Олена Губернатор^{2а}

¹Викладач,

ORCID: 0000-0001-7387-7565

e-mail: oksanakrupa@gmail.com

²Доктор філософії,

ORCID: 0000-0003-4197-6184

e-mail: olenagubernator@gmail.com

^аКиївський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

Для цитування:

Крупа, О., & Губернатор, О. (2023). Сучасні цифрові технології та аудіовізуальні засоби в гібридних культурно-дозвіллевих івентах. *Питання культурології*, 42, 173–181. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293773>

Мета статті — схарактеризувати потенціал сучасних digital-технологій та аудіовізуальних засобів у гібридних культурно-дозвіллевих івентах, спираючись на найновіші тренди в галузі та інтердисциплінарні засади культуральних студій. *Результати дослідження*. Можна констатувати, що популярність гібридних івентів у постковідну епоху зростатиме, а їхній подальший розвиток революціонував формати спілкування, навчання та культурного відпочинку, вплинув на зміну правил під час організації івенту та розширив можливості індустрії розваг, забезпечивши наочність, інформативність, інтерактивність і вірусний ефект. *Наукова новизна* дослідження полягає у спробі культурального дослідження впливу сучасних цифрових технологій та аудіовізуальних засобів на віртуалізацію та гібридизацію культурно-розважального сегмента івент-індустрії. *Висновки*. Встановлено, що впродовж останнього десятиліття, а особливо у 2020–2023 рр., гібридні івенти стають популярними, пропонуючи зручну та економічно ефективну альтернативу традиційним особистим зустрічам. З появою високошвидкісного інтернету та поширенням смартфонів тепер будь-хто може відвідати захід, не виходячи з дому чи офісу. Це стосується і культурно-розважальних івентів, в яких застосовуються VR- і AR-технології, стримінг та симуляція (моделювання), безконтактна реєстрація, діаграми івентів і цифрові плани залів, гейміфікація івентів, «розумний одяг», багатофункціональні застосунки, а також найпопулярніші системи відеозв'язку (Zoom, GoToMeeting, FreeConferenceCall, ClickMeeting, RingCentral). Їхне застосування змінює «форму» івент-індустрії та «стійке поле культури», трансформуючи патерни, культурні норми та цінності, як, власне, і концепцію розваг.

© Крупа О., 2023

© Губернатор О., 2023

Стаття надійшла до редакції: 14.06.2023

Ключові слова: івент-індустрія; гібридні івенти; культурно-розважальні івенти; культуральні студії; цифрові технології; аудіовізуальні засоби

Вступ

Останнім часом вчені й експерти цікавляться феноменом і специфікацією гібридних івентів, особливо в контексті чергового етапу техноеволюції — Industry 4.0. Йдеться про новий тип заходів, які потребують фахових умінь, креативності та стратегії втілення, а також поєднання новітніх технологій з традиційними практиками проведення івентів для генерування нового досвіду та трансляції контенту. В основі гібридного івенту лежить концепція синтетичної фізично-віртуальної зустрічі, коли спільноти паралельно можуть об'єднуватися фізично в режимі офлайн і спілкуватися онлайн, підтримуючи контакт через, приміром, соціальні медіа. Заходи в гібридній формі повинні бути ретельно продумані, щоб віртуально та фізично присутні відвідувачі могли відчувати те саме. Водночас зростає інтенсивність, оскільки івенти, які проводяться завдяки колаборації двох форматів, створюють більшу та ширшу інтеракцію, зокрема й відповідний психологічний і соціокультурний ефект.

Очевидно, що COVID-19 сприяв зближенню реального світу з медіапростором, змінивши спосіб життя та ведення бізнесу в усіх секторах. Останніми роками в івент-індустрії відбулося багато важливих подій, які неможливо ігнорувати. Покупки в інтернеті та дистанційні зустрічі стали буденністю завдяки своїй зручності й ефективності, а цифрові імплементації з їхніми опціями створили більше можливостей для соціокультурної інтеграції у XXI ст., позаяк дають змогу скористатися перевагами івентів, зокрема брати участь і взаємодіяти як офлайн, так і онлайн-учасникам. Менеджери івент-індустрії мають стратегічно вибрати цілі цифрової трансформації та необхідні аудіовізуальні інструменти, щоб оптимізувати процеси та забезпечити відповідний досвід для кожної групи учасників. Це стосується й культурно-розважальних гібридних івентів, на які дослідники чомусь звертають неналежну увагу, враховуючи темпи та особливості цифровізації соціокультурної діяльності, зокрема і бізнесу, на всіх рівнях.

Аналіз попередніх досліджень

Активізація дослідницької уваги до гібридних івентів з боку зарубіжних та українських вчених пов'язана з успішною апробацією цієї практики на фоні вже згаданої пандемії. Так, Л. Майлз та Р. Шипвей (Miles & Shipway, 2020) проаналізували роль COVID-19 як каталізатора міждисциплінарних досліджень й підстави для розширення знань про управління кризами та катастрофами у спорті та івент-індустрії в цілому. У цьому контексті представили свою логіку викладу думок на прикладі туризму та digital-технології в організації дозвілля О. Радіонова, С. Александрова та І. Писарева (2022; 2023). Інші українські автори зосередилися на проблемі підвищення ефективності проєктів під час планування та організації гібридних івент-заходів згідно з трендами галузі в реалізації ділових заходів (Семенчук & Нечит, 2021). М. Джонс (Jones, 2022) висловив кілька важливих практичних міркувань щодо значення цифрової трансформації для індустрії заходів у 2023 р. та в майбутньому, а Н. Етер (Ether, 2023) окреслив

8 івент-технологічних трендів у 2023 р., серед яких доповнена та віртуальна реальність, пряма трансляція та симуляція, безконтактна реєстрація, діаграми подій і цифрові плани залів, гейміфікація івентів, «розумний одяг» (гаджети), багатофункціональні застосунки для заходів та інструменти, що забезпечують спеціальний доступ для учасників.

■ **Мета статті**

Метою статті є характеристика потенціалу сучасних digital-технологій та аудіовізуальних засобів у гібридних культурно-дозвіллевих івентах, спираючись на найновіші тренди в галузі та інтердисциплінарні засади культуральних студій.

■ **Результати дослідження**

Поєднання функціональних можливостей реальних і віртуальних подій у гібридні івенти дає змогу організаторам отримати ширшу картину для залучення зацікавлених сторін. Крім того, гібридний івент охоплює принаймні одну групу учасників, які віч-на-віч з'єднані з іншими, які перебувають фізично в різних місцях з різних причин (не можуть брати участь з огляду на стан здоров'я чи безпеки, або через обмежену кількість місць чи транспортні витрати не можуть відвідати місце проведення івенту). «Тобто, — підкреслюють сучасні автори, — це класичні івенти, для яких частково використана методика віддаленої доставки контенту. За бажанням учасники або спікери можуть під'єднатися до мовлення або трансляції, не приїжджаючи на локацію івенту. У приміщенні можуть бути лише ключові учасники, а глядачі долучаються до заходу через інтернет-трансляцію» (Радіонова та ін., 2022, с. 74).

Технології впливають на кожен аспект життя людини: від спілкування до розваг, і продовжують розвиватися та змінюватися щодня завдяки інноваційним розробкам (Kumar et al., 2021). Це стосується й івент-індустрії, де нові технології все доступніші, а конкуренти в галузі адаптуються до змін або залишаються позаду. Компанії використовують технології, щоб наблизитися до своїх клієнтів, як-от соціальні мережі для підвищення обізнаності та вебсайти для інформаційного обміну та співпраці (Kang et al., 2014). Попри те, що досі не існує академічного визначення «івент-технологій», в цілому, здійснюючи огляд наявної літератури з цієї тематики, можна зрозуміти, що івент-технології передбачають будь-які спроби застосування технологій в івент-індустрії для покращення, допомоги та розвитку досвіду в усіх аспектах (психологічному, соціокультурному або кроскультурному). А. Флауерс і К. Грегсон (Flowers & Gregson, 2012), описуючи розвиток технологій, їхню ефективність і вплив на івент-індустрію, основним прогресом у сфері технологій для бізнесу та комунікації вважають розвиток Web 1.0, а потім Web 2.0.

Дж. Шерлок і Н. О'Коннор (Sherlock & O'Connor, 2015, p. 100) у статті «Дослідження впливу технологій на івент-індустрію» наголошують, що технологічні програми в галузі забезпечують «комунікацію» та діють як «еквалайзер» для організацій, які проводять заходи, тоді як «онлайн-продаж квитків стає індустріальною нормою». Вони переконані, що технологічні інновації змінюють саму «форму» івент-індустрії. І ці досить очевидні прогнози справдилися у 2020 р., коли

гібридні заходи стали новою реальністю сучасної івент-індустрії. Онлайн-івенти (заходи, які транслюють учасникам через інтернет або інші канали спільної взаємодії) або віртуальні (івенти, де залучені сучасні аудіовізуальні технології AR та VR) підтверджують ситуацію з кардинальною трансформацією «форми», особливо у разі з VR, коли відвідувачі мають справу з абсолютно штучно створеними об'єктами (окремими предметами або ж цілими «світами»), які не стосуються реальної ситуації, в якій перебуває учасник івенту. І це стає настільки популярним у XXI ст., що не випадково В. Брик і Т. Чоп (2019) у тезі з промовистою назвою «Філософія дозвілля в нову епоху» констатують «зміни стійкого поля культури», спричинені розвитком VRтехнологій. Зміни за останні роки в розважальних технологіях (просторовий відеодизайн / Spatial Video Design; досвід занурення / Immersive Experiences; технологічний декор / Technological Decor; метаморфічна постановка / Metamorphic Staging), з одного боку, сприяли розвитку людини на сучасному етапі, розширенню культурного поля її життя і появі нових сенсогенеруючих центрів, а з іншого — зумовили деформацію, «змінюючи образ мислення і менталітет, культурні норми і цінності» (с. 35).

Така ж ситуація і з AR-технологіями, що використовують реальні об'єкти та предмети, взаємодія з якими генерує додаткову інформацію, розкриваючи їх по-новому. Це роблять завдяки спеціальній AR-програмі на телефоні, яка «оживляє» стенди, ролл-апи або афіші, а організатори івентів завчасно готують об'єкти, які «оживлятимуться» (від листівок і флаєрів до оформлення майданчика). Тут залучені анімовані зображення, відео- та аудіофайли, візуальні ефекти, інфографіка, а також за QR-кодом слід завантажити спеціальний застосунок в App Store або Google Play. Під час самого івенту потрібно запустити програму, піднести телефон до об'єкта, розпізнавши маркер, і у такий спосіб запустити пов'язані з ним файли, що зберігаються в пам'яті телефону. Або, як приклад, також хотілося б зазначити кілька трендів івент-продакшну з яскравими AR-моментами. По-перше, One True Genshinologist, магічна бібліотека та велика вікторина, присвячена відомій грі Genshin Impact, де американські студенти та інфлюенсери у Genshin Impact відповідали на складні запитання про історію, персонажів та артефакти гри, змагаючись між собою. Команда WePlay залучила найновіші технології та створила віртуальну бібліотеку з ефектом повного занурення, в якій учасники поринали в цифрову ілюзію книжкових шаф і книг, персонажів, які були згенеровані AR до найменших деталей. По-друге, унікальна колаборація між Enthusiast Gaming та Національною футбольною лігою (NFL) США — NFL Tuesday Night Gaming (Вечір сімейних розваг). Це інноваційне шоу, яке поєднало світ комп'ютерних ігор і спорт. Команда WePlay використала AR, щоб якомога більше оживити шоу, примітною рисою якого була доброзичлива атмосфера. Фахівці з AR створили з нуля деталі та втілили їх в реальність, як-от для одного з епізодів NFL Family Game Night був згенерований зелений слайм, що повільно стікав зі стелі, який виглядав реалістично, мав усі властивості та органічно вписувався в кадр. Як бачимо, AR може допомогти змінити правила в організації івентів, розширювати межі звичного світу та запропонувати безмежні можливості, забезпечивши наочність, інформативність, інтерактивність і вірусний ефект, тобто, коли «яскраві, незвичайні AR-відео миттєво зберігають»

ся та викликають бажання поділитися ними з друзями та знайомими», оскільки «особисте спілкування залишається важливою складовою івент-індустрії» (Радіонова та ін., 2022, с. 74).

З-поміж найпопулярніших систем відеозв'язку як аудіовізуальних засобів, що активно використовуються в івент-індустрії, українські вчені виокремлюють кілька. Це програма для організації відеоконференцій Zoom, розроблена Zoom Video Communications, що надає сервіс відеотелефонії, проста у використанні, синхронізується з календарем і ретранслює потокові відеоконференції з ПК на мобільний телефон. Комунікаційне програмне забезпечення RingCentral, що пропонує послуги онлайн-конференцій і має таку перевагу, як безплатний план з можливістю до 500 учасників на своїх засіданнях. RingCentral — відеоконференції високої чіткості, найсучасніші комунікаційні системи, а також можливість ділитися своїм робочим столом і проводити поглиблене навчання з відеопрезентаціями. А ще програма Vast Conference, яка об'єднує людей, групи й організації для масштабного спілкування через аудіоконференції та онлайн-наради, які забезпечують відеозв'язок у форматі HD. Платформа для проведення онлайн-конференцій і вебінарів з можливостями інтеграції, приватним чатом і повним доступом до робочого столу ClickMeeting є також зручним сервісом, що містить різноманітні інструменти, допомагає створювати презентації та спостерігати за результатами проведеної онлайн-зустрічі, тримати файли у спеціальному сховищі, аналізувати статистику заходів, створювати прогнози, легко комунікувати учасникам між собою та ділитися роликami з YouTube. Програма GoToMeeting також є досить простою та зручною у використанні, має мобільну версію, дає змогу проводити онлайн-зустрічі та відеоконференції від 10 до 2000 користувачів, підключившись без попередньо встановленої програми на локальний ПК, Macbook Pro та iOS. Серед іншого, одним з найкращих безплатних сервісів для івентів у режимі онлайн вважається FreeConferenceCall — платформа для проведення аудіо- та відеоконференцій до 1000 учасників у HD-якості з локальними телефонними кодами у більш ніж 80 країнах. Вчені вважають, що попри особливості та наявні складнощі (нестабільний інтернет, точність вибору необхідної платформи та інструментів для проведення івенту, нестача фахівців, які добре знаються на цифрових технологіях), сучасні засоби та технології «надалі будуть мати ключове значення для надання інтерактивних та офлайн-вражень. Гібридні заходи зарекомендували себе як ефективний формат для організації дозвілля у сучасних умовах» (Радіонова та ін., 2023).

До пандемії також організовували гібридні івенти, проте цей процес вважали трудомістким і не всі розуміли, наскільки це необхідно, і який дає ефект. Після COVID-19 ситуація змінилася і онлайн-формати стали пріоритетними, хоч і нині у багатьох організаторів виникає багато питань стосовно підготовки до проведення такого комбінованого івенту. Щоб уникнути нудної трансляції через вебкамеру, К. Семенчук і Д. Нечит (2021) пропонують кілька ідей і варіантів форматів: (а) якісні канали для мовлення, швидкісний і стабільний інтернет (знайти провайдерів для онлайн-трансляції і працювати через їх ресурси та інструменти); (б) менше конференцій — більше телешоу (потужна технічна інфраструктура,

живі спікери та професійні ведучі); (в) ключова роль модератора, який вміє працювати з «живою» і онлайн-аудиторією; (г) інструменти для інтеракції (змога коментувати та оцінювати спікерів); (д) адаптація платформ до гібридних івентів (приміром, опція підключення до онлайн-мовлення через мобільний застосунок) (с. 80–81).

З огляду на те, що VR- і AR-технології виводять інтеракцію на новий рівень, а організатори культурно-розважальних івентів можуть інтегрувати локальну VR-гарнітуру на місці, щоб відвести відвідувачів від екрана та залучити їх до презентації за допомогою 360° відео та інтерактивної візуалізації даних, вчені звертають увагу ще на низку ефективних цифрових інструментів. Йдеться про стримінг і моделювання, тобто комплексне рішення, яке дає змогу перемикатися між віртуальними та гібридними елементами без особливих складнощів, синхронізувати кілька місць із глядачами в прямому ефірі, легко поєднувати живе та записане відео, а також інтегрувати улюблені стримінгові сервіси. Моделювання, з іншого боку, пропонує ще одне потокове рішення, яке ідеально підходить для гібридних івентів: зміст заходу можна попередньо записати та запланувати трансляцію на певний час. Симуляція значно знижує ризик синхронізації кількох відео в режимі реального часу під час живої події. До цього також хотілося б додати використання програмного забезпечення для безконтактної реєстрації (учасники сканують свої QR-коди за допомогою телефонів, а програмне забезпечення надсилає бейдж учасника на найближчий принтер), графіки івентів і цифрові плани поверхів (3D-відображення приміщень у реальному масштабі, коли учасники натискають на кімнату для сеансів у застосунку івенту, щоб миттєво переглянути профілі доповідачів і повну тему сесії, або торкаються логотипа спонсора, щоб автоматично ознайомитись зі стендами на карті виставкового залу), гейміфікації івентів (надає можливість запровадити дружню конкуренцію, щоб посилити ефект залучення та збільшити задоволення), багатомільових або мобільних застосунків (популярне технологічне рішення, завдяки якому можна легко представити порядок денний, інформацію про спікерів, посилання на прямі трансляції, карти місць проведення, спонсорів подій, завантажувати кольори, логотипи та піктограми, спілкуватися в мережі, використовуючи такі функції програми, як чат, опитування та запитання) та «розумний одяг» (браслети або «розумні» бейджі, плеєри, системи GPS тощо) (Mahadewi, 2022).

■ Висновки

Отже, можна констатувати, що популярність гібридних івентів у постковідну епоху лише зростатиме. По суті, розвиток віртуальних івентів революціонував спосіб спілкування, навчання та сферу розваг. З'явився новий гібридний підхід, що поєднав найкраще з обох світів — реального і віртуального. Впродовж останнього десятиліття, а особливо у 2020–2023 рр., гібридні івенти стають все більш популярними, пропонуючи зручну й економічно ефективну альтернативу традиційним особистим зустрічам. З появою високошвидкісного інтернету та поширенням смартфонів тепер будь-хто може відвідати захід, не виходячи з дому чи офісу. Це стосується і культурно-розважальних івентів, під час яких активно та ефективно застосовуються VR- і AR-технології, стримінг та симуляція (мо-

делювання), безконтактна реєстрація, діаграми івентів і цифрові плани залів, гейміфікація івентів, «розумний одяг», багатофункціональні застосунки, а також найпопулярніші системи відеозв'язку (Zoom, GoToMeeting, FreeConferenceCall, ClickMeeting, RingCentral). Їхнє застосування змінює саму «форму» івент-індустрії та «стійке поле культури», трансформуючи патерни, культурні норми та цінності, як, власне, і концепцію розваг.

Зважаючи на вищевикладене, напрямками подальших досліджень у контексті культуральних студій можуть бути такі: концептуалізація ідеї гібридного івенту в ковідну та постковідну епоху; взаємозв'язок віртуального та гібридного івентів на прикладі культурно-розважальних проєктів; трансформація святкової та розважальної культури під впливом цифрових технологій та онлайн-івентів та ін.

■ Список посилань

- Брик, В., & Чоп, Т. (2019, 4–5 грудня). Філософія дозволила в нову епоху. В *Філософські виміри техніки* [Матеріали конференції] (с. 34–35). Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.
- Радіонова, О., Александрова, С., & Писарева, І. (2022). COVID-19 як тригер гібридних івент-технологій в індустрії туризму. *Інфраструктура ринку*, 66, 73–76. <http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022>
- Радіонова, О., Писарева, І., & Александрова, С. (2023). Digital-технології в організації дозволила. *Економіка та суспільство*, 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-59>
- Семенчук, К. Л., & Нечит, Д. Д. (2021). Управління проєктами згідно з трендами event-галузі. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*, 1(74), 76–86.
- Ether, N. (2023, June 2). *Latest event technologies: 8 trends to watch in 2023*. <https://socio.events/blog/latest-event-technology-trends>
- Flowers, A. A., & Gregson, K. (2012). Decision-Making Factors in Selecting Virtual Worlds for Events: Advocacy, Computer Efficacy, Perceived Risks, and Collaborative Benefits. *Event Management*, 16(4), 319–334. <https://doi.org/10.3727/152599512X13539583375054>
- Jones, M. (2022). 5 Essentials and Practical Digital Transformation Consideration for the Events Industry in 2022 and Beyond. *Cox BLUE*. <https://www.coxblue.com/5-digital-transformation-considerations-for-the-events-industry/>
- Kang, J., Tang, L., & Fiore, A. M. (2014). Enhancing consumer-brand relationships on restaurant Facebook fan pages: Maximizing consumer benefits and increasing active participation. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 145–155. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.015>
- Kumar, S., Kartikey, D., & Singh, T. (2021). Impact of technology on various aspects of human lifeduring Covid-19 pandemic: a survey. *Journal of Psychosocial Research*, 16(1), 127–142.
- Mahadewi. (2022). Hybrid event: utilization of digital technology in organizing events during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *Proceedings*, 83(1), 53. <https://www.mdpi.com/2504-3900/83/1/53#B14-proceedings-83-00053>
- Miles, L., & Shipway, R. (2020). Exploring the COVID-19 pandemic as a catalyst for

stimulating future research agendas for managing crises and disaster at international sport event. *Event Management*, 24(4), 537–552. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856688>

Sherlock, J., & O'Connor, N. (2015). Research into the Impact of Technology in the Events Industry. *International Hospitality and Tourism Student Journal*, 7(1), 88–102.

References

Bryk, V., & Chop, T. (2019, December 4–5). *Filosofia dozvillia v novu epokhu* [Leisure philosophy in the new era]. In *Filosofski vymiry tekhniky* [Philosophical dimensions of technology] [Proceedings of the Conference] (pp. 34–35). Ternopilskyi natsionalnyi tekhnichniy universytet imeni Ivana Puliuia [in Ukrainian].

Ether, N. (2023, June 2). *Latest event technologies: 8 trends to watch in 2023*. <https://socio.events/blog/latest-event-technology-trends> [in English].

Flowers, A. A., & Gregson, K. (2012). Decision-Making Factors in Selecting Virtual Worlds for Events: Advocacy, Computer Efficacy, Perceived Risks, and Collaborative Benefits. *Event Management*, 16(4), 319–334. <https://doi.org/10.3727/152599512X13539583375054> [in English].

Jones, M. (2022). 5 Essentials and Practical Digital Transformation Consideration for the Events Industry in 2022 and Beyond. *Cox BLUE*. <https://www.coxblue.com/5-digital-transformation-considerations-for-the-events-industry/> [in English].

Kang, J., Tang, L., & Fiore, A. M. (2014). Enhancing consumer-brand relationships on restaurant Facebook fan pages: Maximizing consumer benefits and increasing active participation. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 145–155. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.015> [in English].

Kumar, S., Kartikey, D., & Singh, T. (2021). Impact of technology on various aspects of human lifeduring Covid-19 pandemic: a survey. *Journal of Psychosocial Research*, 16(1), 127–142 [in English].

Mahadewi. (2022). Hybrid event: utilization of digital technology in organizing events during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *Proceedings*, 83(1), 53. <https://www.mdpi.com/2504-3900/83/1/53#B14-proceedings-83-00053> [in English].

Miles, L., & Shipway, R. (2020). Exploring the COVID-19 pandemic as a catalyst for stimulating future research agendas for managing crises and disaster at international sport event. *Event Management*, 24(4), 537–552. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856688> [in English].

Radionova, O., Aleksandrova, S., & Pysareva, I. (2022). COVID-19 yak trihher hibrydnykh ivent-tekhnohii v industrii turyzmu [COVID-19 as a trigger of hybrid event technologies in the tourism industry]. *Market Infrastructure*, 66, 73–76. <http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022> [in Ukrainian].

Radionova, O., Pysareva, I., & Aleksandrova, S. (2023). Digital-tekhnohii v orhanizatsii dozvillia [Digital technologies in the organization of leisure time]. *Economy and Society*, 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-59> [in Ukrainian].

Semenchuk, K. L., & Nechyt, D. D. (2021). Upravlinnia proiektamy zghidno z trendamy event-haluzi [Project management according to trends in the event industry]. *Development of Management and Entrepreneurship Methods on Transport*, 1(74), 76–86 [in Ukrainian].

Sherlock, J., & O'Connor, N. (2015). Research into the Impact of Technology in the Events Industry. *International Hospitality and Tourism Student Journal*, 7(1), 88–102 [in English].

MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES AND AUDIOVISUAL MEANS IN HYBRID CULTURAL AND LEISURE EVENTS

Oksana Krupa^{1a}, Olena Hubernator^{2a}

¹Lecturer,

ORCID: 0000-0001-7387-7565

e-mail: oksanakrupa@gmail.com

²PhD,

ORCID: 0000-0003-4197-6184

e-mail: olenagubernator@gmail.com

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

The aim of the article is to characterize the potential of modern digital technologies and audiovisual means in hybrid cultural and leisure events based on the latest trends in the industry and interdisciplinary principles of cultural studies. *Research results.* It can be stated that the popularity of hybrid events in the post-Covid era will grow, and their further development has revolutionised communication formats, education, and cultural recreation, influenced the rules' changes during the event organization, and has extended the capabilities of the entertainment industry, providing visibility, informativity, interactivity, and viral effect. *The scientific novelty* of the research lies in the attempt to culturally study the influence of modern digital technologies and audiovisual means on the virtualisation and hybridisation of the cultural and entertainment segment of the event industry. *Conclusions.* It has been established that over the past decade, and especially in 2020–2023, hybrid events have become more popular, suggesting a comfortable and economically effective alternative to traditional face-to-face meetings. With the appearance of high-speed Internet and the spread of smartphones, now anybody can attend an event without leaving home or the office. This also applies to cultural and entertainment events that use VR and AR technologies, streaming and simulation (modelling), contactless registration, event diagrams and digital hall plans, event gamification, smart clothing, multifunctional applications, as well as the most popular video communication systems (Zoom, GoToMeeting, FreeConferenceCall, ClickMeeting, RingCentral). Their use is changing the “form” of the event industry and the “stable culture field”, transforming patterns, cultural norms, and values as well as the entertainment concept.

Keywords: event industry; hybrid events; cultural-leisure events; cultural studios; digital technologies; audiovisual means



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293774
УДК 069-044.963:355.01(470:477)"364"

МУЗЕЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ

Людмила Кузнецова

Кандидат історичних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-1915-518X
e-mail: liudmilakyiv@gmail.com

Для цитування:

Кузнецова, Л. (2023). Музеї України в умовах російської збройної агресії. *Питання культурології*, 42, 182–194. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293774>

Мета статті — дослідити та узагальнити дані щодо руйнувань і втрат музеїв України з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну (з 24 лютого 2022 р. до червня 2023 р.), окреслити основні напрями подальшого захисту музейної спадщини України в умовах війни. *Результати дослідження* ґрунтуються на узагальненні конкретних фактів руйнування і втрат низкою українських музеїв історико-культурної спадщини в умовах війни, аналізі документів Міністерства культури та інформаційної політики та інших державних структур, онлайн-ресурсів за 2022–2023 рр., в яких висвітлюється діяльність і стан українських музеїв. Визначено, що основними причинами значних втрат музеями своїх фондів є як зовнішні — швидкий наступ РФ, тимчасова окупація окремих територій України, постійні обстріли тощо, так і внутрішні, пов'язані з недостатньою підготовкою музеїв до евакуації. Руйнуючи або привласнюючи культурні цінності, російські окупанти намагаються знищити українців як націю. *Наукова новизна* дослідження полягає у систематизації широкого фактичного матеріалу щодо стану музеїв з початку повномасштабної збройної агресії Росії на територію України; виявленні причин і наслідків втрат музейної спадщини; окресленні можливих шляхів забезпечення охорони музейних експонатів під час воєнних дій. Вперше введено в науковий обіг окремі статистичні дані та інформаційні матеріали щодо руйнування українських музеїв у 2022–2023 рр. *Висновки*. Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що з початку широкомасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. сфера культури загалом і музеї зокрема зазнали найбільших втрат за всю історію незалежності. Частина музеїв знищено або пошкоджено, пограбовано і вивезено до РФ музейні колекції з тимчасово окупованих територій. Значно вигідніші умови для евакуації і збереження колекцій мали музеї західних регіонів. Оцінка наслідків втрат музейної спадщини, впровадження сучасних інноваційних технологій із захисту і збереження музейних колекцій, зокрема оцифрування музейних фондів України і створення єдиного електронного реєстру музейних цінностей, реституція культурних

цінностей після закінчення війни, мають бути першочерговими завданнями державних і місцевих органів влади в питаннях збереження і захисту національно-культурної спадщини України. Нагальною потребою постають і подальші наукові розробки щодо оцінки свідомого нищення російськими окупантами об'єктів культури і мистецтва.

■ **Ключові слова:** культурна спадщина; музеї; фонди; російська збройна агресія; війна; воєнний стан

■ Вступ

З перших днів повномасштабного вторгнення Росії на територію України зазнала руйнування українська культурна спадщина загалом і музейна спадщина зокрема. Руйнуються не лише будівлі музеїв, а й знищуються музейні експонати, вивозяться на територію Росії найцінніші пам'ятки української культури. Руйнуючи об'єкти культурної спадщини, російські загарбники намагаються у такий спосіб знищити українську ідентичність. Країна-агресор грубо порушує всі міжнародні норми стосовно захисту культурних цінностей. Тому розв'язання проблеми збереження і захисту української культурної спадщини, зокрема музейних колекцій, є сьогодні важливим ідеологічним напрямом діяльності.

■ Аналіз попередніх досліджень

Публікації науковців стосовно знищення російськими військами культурної спадщини в Україні з'являються вже в перші місяці повномасштабного вторгнення РФ. Філософсько-культурологічний аспект проблеми руйнування культурної спадщини України в умовах війни досліджують М. Новосад та ін. (2022). Автори здійснили також мистецтвознавчу оцінку втрачених культурних об'єктів, зокрема і знищених музеїв. В. Добровольська (2022), розглядаючи питання документування воєнних злочинів проти культурної спадщини під час збройної агресії РФ, торкається реалізації проекту Міністерства культури та інформаційної політики (МКІП) щодо оцифрування музейного фонду України в умовах війни. Б. Криволапов (2022) досліджує питання захисту культурних цінностей в умовах російської агресії, але зосереджує увагу лише на недостатній ефективності міжнародних правових інструментів у сфері охорони культурної спадщини. В. Бакальчук (2022) аналізує загрози знищення, незаконного привласнення та вивезення рухомих культурних цінностей України, зокрема і музейної спадщини, на територію РФ у перші тижні активної фази війни. Питанням руйнації музейної спадщини присвячена стаття І. Скленар (2023), в якій за матеріалами мас-медіа досліджуються факти знищення й пограбувань музейних установ протягом 2022 року (з початку повномасштабної російської агресії), описується стан найбільш зруйнованих музеїв у зонах бойових дій. Однак стаття написана з погляду журналістики, присвячена переважно аналізу матеріалів у зарубіжних і загальноукраїнських мас-медіа стосовно знищення культурної спадщини України й музейних надбань, зокрема у перші місяці війни. Питанням стану і діяльності музеїв в умовах воєнного стану присвячені наукові конференції: «Музеї в умовах російсько-української війни та після неї: стратегії виживання та візії майбутнього» (10–11 грудня 2022 р., м. Дніпро), «Історико-культурна спадщина

в умовах російсько-української війни» (18 травня 2023 р., м. Київ) та ін. Отже, в сучасній історіографії досліджені лише окремі питання стану музеїв та їхніх фондів і колекцій під час російської збройної агресії. Тому перед науковцями відкриваються можливості для всебічного аналізу проблеми свідомого знищення музейної спадщини в умовах війни та відповідної оцінки цього явища.

■ Мета статті

Мета статті полягає у дослідженні та узагальненні даних щодо руйнувань і втрат музеїв України з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну (з 24 лютого 2022 р. до червня 2023 р.), визначенні основних напрямів подальшого захисту музейної спадщини України в умовах війни.

■ Результати дослідження

З перших днів повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України значних втрат зазнають і музеї. За статистичними даними Міністерства культури та інформаційної політики України (<https://mkp.gov.ua/>) складено таблицю завданих збитків українським музеям під час війни (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість зруйнованих і пошкоджених музеїв України (2022–2023 рр.)

Дата	31 березня 2022	15 червня 2022	25 грудня 2022	25 лютого 2023
Кількість зруйнованих і пошкоджених музеїв	12	36	63	82

Дані таблиці 1 свідчать, що статистика руйнувань українських музеїв протягом 2022–2023 років зростає. За останніми даними МКІП, росіяни зруйнували або пошкодили 82 музеї. Втім, ці дані не остаточні, оскільки низка музеїв перебуває у тимчасовій окупації. Так, на початок війни в Україні було задокументовано понад 12 млн музейних цінностей (Добровольська, 2022, с. 25), однак сьогодні немає чіткого уявлення про стан усіх музейних фондів. За даними дослідження, що проводиться в межах проєкту «Росія заплатить» командою KSE Institute (аналітичний підрозділ Київської школи економіки), за рік повномасштабної війни з 24 лютого 2022 р. до 24 лютого 2023 р. музеї України зазнали збитків орієнтовно на суму \$57,6 млн (*Збитки від руйнувань*, 2023).

Вже наприкінці лютого – на початку березня 2022 р. постраждали музеї Харкова та Чернігова; Донецької, Сумської та Київської областей. Зокрема, було зруйновано, спалено від ракетних обстрілів або зазнали серйозних пошкоджень будівлі та колекції Охтирського краєзнавчого музею на Сумщині, що розташований у маєтку початку ХХ ст.; Тростянецького районного краєзнавчого музею, будівля якого є пам'яткою архітектури ХVІІІ–ХІХ ст. (Андрєєва, 2022); Музею українських старожитностей Василя Тарновського у Чернігові; Чернігівського обласного художнього музею імені Григорія Галагана; Чернігівського літературно-

меморіального музею-заповідника Михайла Коцюбинського; Іванківського історико-краєзнавчого музею на Київщині, що розташований у панському маєтку XIX ст.; Маріупольського художнього музею імені Архипа Куїнджі, розташованого у будівлі архітектури модерну початку XX ст.; Харківського художнього музею; Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди на Харківщині (Смагіна, 2022) та ін.

Подальші постійні обстріли Харкова, Одеси, Николаївщини, Дніпропетровщини, Херсонщини та інших територій у наступні місяці війни продовжують завдавати великі збитки і музейним фондам цих та інших регіонів України. Загроза рухомим культурним цінностям музейних фондів особливо посилюється на тих територіях, де точаться активні бойові дії. Лише частково експонати вдається зберегти. Так, 27 лютого 2022 р. було зруйновано будівлю Іванківського історико-краєзнавчого музею на Київщині, в якому, крім пам'яток культури Полісся, зберігалися картини української художниці Марії Примаченко, представниці «народного примітивізму», що були найціннішими експонатами музею (Андрєєва, 2022). За словами свідків, вдалося врятувати лише частину експонатів, включено з 10 роботами художниці. У Харківській області в ніч на 7 травня 2022 р. російські військові під час обстрілу знищили Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди в селі Сковородинівка, але найцінніші експонати колекції вдалося врятувати, оскільки їх заздалегідь перемістили у безпечне місце. Вціліли експонати і Харківського обласного музею, хоча будівля музею постраждала. На початку березня 2022 р. бомбовим авіаударом було частково зруйновано краєзнавчий музей у Бородянці на Київщині, багато експонатів було пошкоджено, але значна частина вціліла (Некрасова, 2022).

Варто звернути увагу, що, крім нищення, під час російської збройної агресії відбувається також незаконне привласнення та вивезення музейних колекцій на територію РФ, що є грубим порушенням усіх міжнародних норм щодо захисту культурних цінностей, зокрема Гаазької конвенції 1954 р. Ще з 2014 р. росіяни вивозили культурні цінності з тимчасово окупованих територій Криму, Донецької і Луганської областей. Доля багатьох унікальних музейних експонатів на сьогодні невідома. Зокрема, за попередньою інформацією, після окупації Маріуполя російські загарбники вивезли найцінніші експонати з маріупольських музеїв, серед яких картини відомих художників І. Айвазовського, А. Куїнджі, М. Глуценка, Т. Яблонської та ін., а також унікальна колекція медальєрного мистецтва (Бакальчук, 2022). Це підтвердили і проросійські видання, інформуючи, що з маріупольських музеїв до Донецька вивезли близько 2 тис. експонатів (Сорока & Атанєсян, 2022). Відомо, що до Донецька вивезли також колекцію Мелітопольського краєзнавчого музею, зокрема скіфське золото, — унікальну колекцію IV ст. до н. е. Лише після звільнення Херсона Збройними силами України у листопаді 2022 р. було підтверджено факти пограбування Херсонських музеїв під час тимчасової окупації. З фондів Херсонського художнього музею імені Олексія Шовкуненка, Херсонського обласного краєзнавчого музею та Картинної галереї імені Альберта Гавдзинського у Новій Каховці до окупованого Криму росіяни вивезли колекції іконопису XVII–XX ст., українського живопису XIX–XX ст., серед яких картини І. Айвазовського, О. Шовкуненка, М. Пимоненка, колекції монет, зброї,

сарматські прикраси, антикварні меблі XVIII–XIX ст. (Лотоцька, 2022). За даними Центру національного спротиву, всього з культурних установ Херсонщини було вивезено близько 15 тис. експонатів.

Аналіз документів Міністерства культури та інформаційної політики свідчить, що одночасно із запровадженням воєнного стану 24 лютого 2022 р. МКІП ухвалило рішення про евакуацію культурних цінностей, однак наступ російських військ і постійні обстріли заважали впровадженню цього рішення в багатьох регіонах, особливо в місцях постійних бойових дій. Крім того, лише 26 із 2000 музеїв і заповідників України безпосередньо підпорядковано МКІП, усі інші підпорядковані місцевим органам влади (Куницький, 2023). Утім факти свідчать, що деякі українські музеї встигли ще напередодні або на початку повномасштабного вторгнення Росії вивезти частину найцінніших експонатів у безпечні місця, переважно в західні регіони. Наприклад, музеї Одеси і Львова вже провели підготовчу роботу наприкінці 2021 – на початку 2022 р. Деякі картини художника А. Куїнджі встигли вивезти з Маріупольського художнього музею до активних бойових дій на його території і до окупації міста російськими військами. Евакуював всі цінності і Харківський літературний музей. З лютого 2022 р. часткову евакуацію своїх фондів почали деякі музеї Чернігова, Вінниці, Житомира, а також Дніпровський історичний музей, Національний музей історії у Києві. Деякі музеї Донецької і Луганської областей зазнали подвійної евакуації — у 2014–2015 рр. і у 2022 році, зокрема Луганський обласний краєзнавчий музей (Музеї і війна, 2023). Проте це були лише поодинокі випадки. Згідно зі звітом Міністерства культури та інформаційної політики за 2022 рік, з метою збереження культурної спадщини було евакуйовано понад 160 тис. музейних предметів, експонатів і культурних цінностей із понад 50 музеїв і заповідників, законсервовано понад 30 пошкоджених музеїв (*МКІП: перемоги 2022 та плани на 2023 рік*, 2022).

Значну допомогу зі здійснення евакуації музейних колекцій надають активісти, громади міст, пам'яткоохоронні музейні спільноти, благодійні організації тощо. Серед волонтерських громадських ініціатив особливо варто відзначити діяльність Центру порятунку культурної спадщини і Штабу порятунку спадщини, заснованих на початку березня 2022 р. у Львові. Згодом офіс Штабу відкрито і в Києві. Діяльність Штабу координують ЮНЕСКО, Міжнародна рада музеїв, Міжнародний центр з дослідження, збереження та реставрації культурних цінностей та інші міжнародні організації (*Штаб порятунку спадщини*, 2022). Серед пріоритетних напрямів діяльності цих громадських ініціатив — допомога музеям в організації евакуації культурних цінностей. Згідно зі звітом Штабу порятунку спадщини за березень–червень 2022 року, матеріальну допомогу за цей період отримали 68 музеїв, архівів і книгозбірень; організаційне сприяння та консультації надано 120 музеям і культурним установам із 22 областей (*Звіт Штабу порятунку спадщини*, 2022, с. 16). Штаб долучився також до створення Українським національним комітетом ICOM та Українським центром розвитку музейної справи спеціалізованої вебплатформи HUB.PROMUSEUM. Станом на кінець червня 2022 р. платформою скористалися 52 музеї та архіви (*Звіт Штабу порятунку спадщини*, 2022, с. 15). За ініціативи директорки львівського музею «Територія Терору» О. Гончар створено Музейний кризовий центр, «спрямований на фінан-

сову, організаційну та людську підтримку невеликих регіональних музеїв і їхніх команд у кризовий і воєнний час» (Презентація ініціативи, 2022).

Позитивним кроком є фінансова підтримка з боку зарубіжних країн. Вже у перші тижні війни в Польщі понад 40 музейників об'єдналися в Комітет допомоги українським музеям, у Німеччині засновано Мережу захисту культурних цінностей України. Також на сайті Мережі європейських музейних організацій було створено окрему онлайн-платформу Museums support Ukraine (Барсук, 2022). Фінансову та іншу підтримку надає Міжнародний альянс захисту культурної спадщини в зоні конфліктів, що знаходиться у Швейцарії. Тобто Україна отримує фінансову допомогу від більшості європейських держав, США і Канади для захисту і збереження культурної спадщини, зокрема музейної. Варто окремо звернути увагу на певну роль ЮНЕСКО в контролі за виконанням Гаазької конвенції 1954 р. та інших міжнародних документів тосовно захисту культурної спадщини України на світовому рівні.

Водночас аналіз широкого кола документів і матеріалів Міністерства культури та інформаційної політики, місцевих органів влади стосовно збереження культурної спадщини України, матеріалів громадських ініціатив, періодичних видань, відкритих інтернет-джерел дає змогу попередньо визначити основні причини руйнування, пошкодження, втрат значної кількості пам'яток культурної спадщини, зокрема і музейних колекцій, та чому не вдалося цьому запобігти, серед яких:

- відсутність чітких планів евакуації культурних цінностей на державному рівні напередодні повномасштабного вторгнення Росії на територію України;
- недостатня взаємодія МКІП з місцевими органами влади щодо організації евакуації та захисту музейних колекцій;
- відсутність єдиного електронного реєстру музейних цінностей;
- неготовність до евакуації більшості музеїв та інших об'єктів матеріальної спадщини, у яких зберігаються рухомі культурні цінності;
- евакуація музейних фондів здебільшого відбувалася силами працівників музеїв і волонтерів;
- стрімкий наступ російських військ у декількох напрямках у перші дні війни, швидке захоплення і окупація деяких територій України (тимчасова окупація частини Київської, Чернігівської, Сумської, Харківської, Донецької, Луганської, Херсонської, Запорізької областей), де ворог знищував і грабував пам'ятки культури;
- підтримка російських окупантів деякими працівниками музеїв на тимчасово окупованих територіях;
- постійні інтенсивні обстріли східних і південних регіонів України в ході війни, що унеможливило проведення евакуації культурних цінностей;
- брак коштів, складнощі евакуації, пов'язані з пакуванням музейних колекцій, експонатів, творів мистецтва, їх транспортуванням у безпечні західні області або за кордон, організацією їх охорони тощо;
- не враховано досвід руйнування і незаконного вивезення культурних цінностей з 2014 р. з тимчасово окупованих територій Криму, частини Донецької і Луганської областей.

Оцінювання в повному обсязі стану та збитків об'єктів культурної спадщини, пошкоджених внаслідок російсько-української війни, у тому числі і музеїв, їх фондів, музейних колекцій і експонатів; повернення викрадених російськими військами і вивезених до Росії культурних та історичних цінностей можливе лише після завершення війни і повернення усіх тимчасово окупованих територій. З метою відстеження викрадених російськими окупантами предметів мистецтва МКІП разом з Національним агентством з питань запобігання корупції створили робочу групу Art Sanct Task Force (*Музеї і війна*, 2023).

Варто звернути увагу, якщо на початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України практично усі музеї закрилися, то поступово в більшості міст вони продовжили працювати попри війну, спрямовуючи свою діяльність насамперед на організацію виставок та експозицій на військову тематику. У деяких містах навіть створюються нові невеликі музеї. Музеї, що зазнали пошкодження, шукають можливості відбудувати зруйноване. Інші — збирають колекції, приймають експонати з передової, збирають докази, фіксують історичні події, зокрема музеї «Територія Терору» у Львові (Крижня, 2023). Крім того, для збереження пам'яті про війну спільно з проектом «Війна впритул» на Київщині було створено віртуальний музей «VR-музей пам'яті війни» (Shevchenko, 2022). 3D-тури музею дають змогу відвідати найбільш постраждалих містечка — Бучу, Ірпінь, Гостомель та ін., та побачити, який вони мали вигляд на момент визволення. Також в Україні запустили онлайн-проект «Музей фрагментів війни», який засобами мистецтва розповідає історії постраждалих від війни українців через створення кубів з артефактами війни, привертаючи увагу до злочинів росіян (*В Україні запрацював онлайн «Музей фрагментів війни»*, 2023).

Дослідження проблеми руйнування музеїв під час російської збройної агресії дає змогу визначити найважливіші тенденції і напрями подальшого збереження і захисту музейної спадщини України в умовах війни і після її завершення, серед яких першочерговими є:

- впровадження сучасних інноваційних технологій із захисту і збереження культурних цінностей, оцифрування української культурної спадщини, зокрема музейної (оцифрування музейного фонду України, створення вебархівів для збереження оцифрованих документів і матеріалів);
- створення єдиного реєстру електронного обліку музейних фондів, що дасть змогу швидко орієнтуватися у кількості, переліку та стані всіх об'єктів в усіх музеях;
- оцінка стану музеїв України, пошкоджених внаслідок обстрілів, формування повного списку зруйнованих і пошкоджених музеїв, оцінювання збитків;
- проведення ремонтно-реставраційних робіт, відновлення зруйнованих або пошкоджених будівель музеїв, музейних колекцій та експонатів;
- збереження музейних колекцій і експозицій під час війни потребує державної підтримки, розроблення ефективних державних програм і нормативних документів для протидії сучасним викликам;
- необхідність удосконалення законодавства України у сфері музеєзнавства, зокрема удосконалення механізму евакуації музеїв під час воєнного стану;

- формування платформ взаємодії державних і місцевих органів влади, громадських інституцій, волонтерів з метою миттєвого реагування і розв'язання нагальних питань щодо захисту музейної спадщини;
- проведення семінарів, конференцій, круглих столів з метою навчання музейних працівників та волонтерів організації захисту культурних цінностей в умовах війни;
- наукові дослідження стану музейної спадщини під час війни;
- поширення інформації про сучасний стан музейної спадщини за кордоном; збільшення активності і допомоги зарубіжних партнерів і міжнародних інституцій;
- фінансова підтримка з боку зарубіжних країн, відновлення інвестицій, надання грантів;
- розв'язання питання відшкодування завданих збитків Україні у сфері культури, включаючи фонди музеїв, спираючись на міжнародне право стосовно збереження культурної спадщини;
- реституція культурних цінностей після закінчення війни, повернення викрадених російськими військами і вивезених до Росії культурних та історичних цінностей, зокрема музейних колекцій та експонатів.

■ Висновки

Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що з початку широкомасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. сфера культури загалом і музеї зокрема зазнали найбільших втрат за всю історію незалежності. Частина музеїв знищено або пошкоджено, пограбовано і вивезено до РФ музейні колекції з тимчасово окупованих територій. Більшість музеїв виявилися не готовими до евакуації музейних фондів. Значно вигідніші умови для евакуації і збереження колекцій мали музеї західних регіонів. Оцінка наслідків втрат музейної спадщини, впровадження сучасних інноваційних технологій із захисту і збереження музейних колекцій, зокрема оцифрування музейних фондів України і створення єдиного електронного реєстру музейних цінностей, реституція культурних цінностей після закінчення війни, мають бути першочерговими завданнями державних і місцевих органів влади у питаннях збереження і захисту національно-культурної спадщини України. Нагальною потребою постають і подальші наукові розробки щодо оцінки свідомого знищення російськими окупантами об'єктів культури і мистецтва.

■ Список посилань

- Андреева, В. (2022, 16 березня). *Музеї, палаци та церкви: Мінкульт оприлюднив список зруйнованих окупантами об'єктів*. Українська правда. <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/03/16/247844/>
- Бакальчук, В. (2022, 13 квітня). *Аналіз загроз знищення, незаконного привласнення та вивезення рухомих культурних цінностей України на територію РФ*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/analiz-zahroz-znyshchennya-nezakonnoho-pryvlasnennya-ta-vyvezennya>

- Барсук, Ю. (2022, 20 квітня). *Перемогти і зберегти: як в Україні захищають пам'ятки від війни*. Discover. <https://discover.ua/inspiration/peremohty-i-zberehty-yak-v-ukrayini-zakhyshchayut-pamyatky-vid-viyny>
- В Україні запрацював онлайн «Музей фрагментів війни» з історіями людей та артефактами: навіщо це рішення*. (2023, 14 березня). Рубрика. <https://rubryka.com/2023/03/14/v-ukrayini-zapratsyuvav-onlajn-muzej-fragmentiv-vijny-z-istoriyamy-lyudej-ta-artefaktamy-navishho-tse-rishennya/>
- Добровольська, В. (2022, 21–22 червня). Документування воєнних злочинів проти культурної спадщини під час збройної агресії РФ проти України. В *Сучасний культурно-мистецький простір: креативні та інформаційно-комунікативні трансформації* [Матеріали конференції] (с. 24–26). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Збитки від руйнувань культурних та релігійних об'єктів під час війни складають понад \$1.5 млрд*. (2023, 16 березня). Київська школа економіки. <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-vid-ruynuvan-kulturnih-ta-religijnih-ob-yektiv-pid-chas-viyni-skladayut-ponad-1-5-mlrd/>
- Звіт Штабу порятунку спадщини за березень-червень 2022 року*. (2022, 2 вересня). Національний меморіальний комплекс Героїв Небесної Сотні – Музей Революції Гідності. <https://maidanmuseum.net/uk/node/2232>
- Криволапов, Б. (2022). Захист культурних цінностей в умовах агресії Російської Федерації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*, 2(56), 100–102.
- Крижня, М. (2023, 17 лютого). «Кожен музей важливий»: нові культурні інституції, що відкрилися під час війни. Суспільне Культура. <https://suspijne.media/378101-kozen-muzej-vazlivij-novi-kulturni-institucii-so-vidkrilisa-pid-cas-vijni/>
- Куницький, О. (2023, 10 лютого). *Евакуація культури: чи можна було врятувати втрачені об'єкти*. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/uk/evakuacija-kulturnih-cinnostej-do-i-pid-cas-vijni-ci-mozna-bulo-vratuvati-vtracene/a-64658810>
- Лотоцька, Н. (2022, 5 листопада). *Окупанти розграбували Херсонський художній музей: виносили все, що бачили*. LB.ua. https://lb.ua/culture/2022/11/05/534949_okupanti_rozgrabuvali_hersonskiy.html
- МКІП: перемоги 2022 та плани на 2023 рік*. (2022, 30 грудня). Міністерство культури та інформаційної політики України. <https://mkip.gov.ua/news/8390.html>
- Музеї і війна: зникнути чи стати бронєю*. (2023, 18 травня). Ukraïner. <https://ukraïner.net/muzei-i-viyna/>
- Некрасова, Н. (2022, 13 квітня). *У Бородянці рятують пошкоджений краєзнавчий музей*. Comments.ua. <https://kyiv.comments.ua/ua/news/society/art-and-culture/9233-u-borodyanci-ryatuyut-poshkodzheniy-kraeznavchiy-muzey-foto.html>
- Новосад, М., Білоус, С., Терешкун, О., & Борисевич, Л. (2022). Руйнування культурної спадщини України в умовах війни як проблема: філософсько-культурологічний аспект. *Освітній дискурс*, 39(1–3), 62–76. [https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.39\(1-3\)-5](https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.39(1-3)-5)
- Презентація ініціативи «Музейний кризовий центр»*. (2022, 2 квітня). Львівський муніципальний мистецький центр. <https://www.lvivart.center/prezentacziya-inicziatyvy-muzejnyj-kryzovij-czentr-video/>

- Скленар, І. (2023). Знищення музейної спадщини російським агресором у 2022 році: за матеріалами мас-медіа. *Український інформаційний простір*, 1(11), 72–88. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279571](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279571)
- Смагіна, А. (2022, 18 травня). *Удар по культурі: 10 музеїв, які постраждали від російської агресії*. Рубрика. <https://rubryka.com/article/ukrainian-museums-destroyed-war/>
- Сорока, А., & Атанесян, Г. (2022, 19 травня). *Культурні чистки. Як Росія руйнує музеї й вивозить мистецтво з України*. BBC. News Україна. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61472927>
- «Штаб порятунку спадщини» створили в Україні. (2022, 3 серпня). Національний меморіальний комплекс Героїв Небесної Сотні – Музей Революції Гідності. <https://www.maidanmuseum.org/uk/node/2120>
- Shevchenko, Y. (2022, 17 травня). *Створено VR-музей війни в Україні*. ITsider. <https://itsider.com.ua/stvoreno-vr-muzej-vijny-v-ukrayini/>

References

- Andriieva, V. (2022, March 16). *Muzei, palatsy ta tserkvy: Minkult opryliudnyv spysok zruinovanykh okupantamy ob'ektiv* [Museums, palaces and churches: Ministry of Culture published a list of objects destroyed by the occupiers]. *Ukrainska pravda*. <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/03/16/247844/> [in Ukrainian].
- Bakalchuk, V. (2022, April 13). *Analiz zahroz znyshchennia, nezakonnoho pryvlasnennia ta vyvezennia rukhomykh kulturnykh tsinnosti Ukrainy na terytoriiu RF* [Analysis of threats of destruction, illegal appropriation and export of movable cultural values of Ukraine to the territory of the Russian Federation]. National Institute for Strategic Studies. <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/analiz-zahroz-znyshchennya-nezakonnoho-pryvlasnennya-ta-vyvezennya> [in Ukrainian].
- Barsuk, Yu. (2022, April 20). *Peremohty i zberehty: yak v Ukraini zakhyschajut pamiatky vid viiny* [Win and save: how monuments are protected from war in Ukraine]. Discover. <https://discover.ua/inspiration/peremohty-i-zberehty-yak-v-ukrayini-zakhyschajut-pamyatky-vid-viiny> [in Ukrainian].
- Dobrovolska, V. (2022, June 21–22). Dokumentuvannia voiennykh zlochyniv proty kulturnoi spadshchyny pid chas zbroinoi ahresii RF proty Ukrainy [Documenting war crimes against cultural heritage during the armed aggression of the Russian Federation against Ukraine]. In *Suchasnyi kulturno-mystetskyi prostir: kreatyvni ta informatsiino-komunikatyvni transformatsii* [Modern cultural and artistic space: creative and informational and communicative transformations] [Conference materials] (pp. 24–26). National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Kryvolapov, B. (2022). Zakhyst kulturnykh tsinnosti v umovakh ahresii Rosiiskoi Federatsii [Protection of cultural values under the aggression of the Russian Federation]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. International relations*, 2(56), 100–102 [in Ukrainian].
- Kryzhnia, M. (2023, February 17). *"Kozhen muzei vazhlyvyi": novi kulturni instytutsii, shcho vidkrylysia pid chas viiny* ["Every Museum Matters": New Cultural Institutions Opened During the War]. *Suspilne Kultura*. <https://suspilne.media/378101-kozen-muzej-vazlivij-novi-kulturni-institucii-so-vidkrylisa-pid-cas-vijni/> [in Ukrainian].

- Kunytskyi, O. (2023, February 10). *Evakuatsiia kultury: chy mozhna bulo vriatuvaty vtracheni obiekty* [Evacuation of culture: could the lost objects have been saved]. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/uk/evakuacia-kulturnih-cinnostej-do-i-pid-cas-vijni-ci-mozna-bulo-vratuvati-vtracene/a-64658810> [in Ukrainian].
- Lototska, N. (2022, November 5). *Okupanty rozghrabuvaly Khersonskiy khudozhnii muzei: vynosyly vse, shcho bachyly* [The occupiers ransacked the Kherson Art Museum: they took away everything they saw]. LB.ua. https://lb.ua/culture/2022/11/05/534949_okupanti_rozgrabuvali_hersonskiy.html [in Ukrainian].
- МКІР: peremohy 2022 ta plany na 2023 rik.* (2022, December 30) [MKIP: victories in 2022 and plans for 2023]. Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy. <https://mkip.gov.ua/news/8390.html> [in Ukrainian].
- Muzei i viina: znyknuty chy staty broneiu* [Museums and war: disappear or become armor]. (2023, May 18). Ukrainer. <https://ukrainer.net/muzei-i-viyna/> [in Ukrainian].
- Nekrasova N. (2022, April 13). *U Borodianski riatuiut poshkodzhenyi kraieznavchyi muzei* [The damaged local history museum is being saved in Borodyanka]. Comments.ua. <https://kyiv.comments.ua/ua/news/society/art-and-culture/9233-u-borodyanciryatuyut-poshkodzhenyi-kraieznavchiy-muzey-foto.html> [in Ukrainian].
- Novosad, M., Bilous, S., Tereshkun, O., & Borysevych, L. (2022). Ruinuvannia kulturnoi spadshchyny Ukrainy v umovakh viiny yak problema: filofsosko-kulturolohichniy aspekt [The destruction of Ukraine's cultural heritage at war as a problem: a philosophical and cultural perspective]. *Educational Discourse*, 39(1–3), 62–76. [https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.39\(1-3\)-5](https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.39(1-3)-5) [in Ukrainian].
- Prezentatsiia initsiatyvy "Muzeinyi kryzovyi tsentr"* [Presentation of the "Museum Crisis Center" initiative]. (2022, April 2). Lviv Municipal Art Center. <https://www.lvivart.center/prezentacziya-inicziatyvy-muzejnyj-kryzovyj-czentr-video/> [in Ukrainian].
- Shevchenko, Y. (2022, May 17). *Stvoreno VR-muzei viiny v Ukraini* [A VR museum of war in Ukraine has been created]. ITsider. <https://itsider.com.ua/stvoreno-vr-muzej-vijny-v-ukrayini/> [in Ukrainian].
- "Shtab poriatunku spadshchyny" stvoryly v Ukraini* ["Heritage Rescue Headquarters" was created in Ukraine]. (2022, August 3). Natsionalnyi memorialnyi kompleks Heroiv Nebesnoi Sotni – Muzei Revoliutsii Hidnosti. <https://www.maidanmuseum.org/uk/node/2120> [in Ukrainian].
- Sklenar, I. (2023). Znyshchennia muzeinoi spadshchyny rosiiskym ahresorom u 2022 rotsi: za materialamy mas-media [Destruction of museum heritage by the russian aggressor in 2022: based on media reports]. *Ukrainian Information Space*, 1(11), 72–88. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279571](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279571) [in Ukrainian].
- Smahina, A. (2022, May 18). *Udar po kulturi: 10 muzeiv, yaki postrazhdaly vid rosiiskoi ahresii* [A blow to culture: 10 museums that suffered from Russian aggression]. Rubryka. <https://rubryka.com/article/ukrainian-museums-destroyed-war/> [in Ukrainian].
- Soroka, A., & Atanesian, H. (2022, May 19). *Kulturni chystky. Yak Rosiia ruinuie muzei y vyvozyt mystetstvo z Ukrainy* [Cultural purges. How Russia destroys museums and takes art out of Ukraine]. BBC. News Ukraina. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61472927> [in Ukrainian].
- V Ukraini zapratsiuvav onlain "Muzei frahmentiv viiny" z istoriiamy liudei ta artefaktamy: navishcho tse rishennia* [In Ukraine, the online "Museum of War Fragments" with

people's stories and artifacts has become operational: why this decision]. (2023, March 14). Rubryka. <https://rubryka.com/2023/03/14/v-ukrayini-zapratsyuvav-onlajn-muzej-fragmentiv-vijny-z-istoriyamy-lyudej-ta-artefaktamy-navishho-tse-rishennya/> [in Ukrainian].

Zbytky vid ruynuvan kulturnykh ta relihiinykh ob'ektiv pid chas viiny skladaiut ponad \$1.5 mlrd [The damage from the destruction of cultural and religious sites during the war have exceeded \$1.5 billion]. (2023, March 16). Kyiv School of Economics. <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-vid-ruynuvan-kulturnih-ta-religiynih-ob-yektiv-pid-chas-viyni-skladayut-ponad-1-5-mlrd/> [in Ukrainian].

Zvit Shtabu poriatunku spadshchyny za berezen-cherven 2022 roku [Heritage Emergency Response Initiative's report for March - June of 2022]. (2022, September 2). Natsionalnyi memorialnyi kompleks Heroiv Nebesnoi Sotni - Muzei Revoliutsii Hidnosti. <https://maidanmuseum.net/uk/node/2232> [in Ukrainian].

MUSEUMS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF RUSSIAN ARMED AGGRESSION

Liudmyla Kuznetsova

*PhD in History, Associate Professor,
Kyiv National University Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

ORCID: 0000-0002-1915-518X

e-mail: liudmilakyiv@gmail.com

The aim of the article is to investigate and summarise the data on the destruction and losses of Ukrainian museums since the beginning of Russia's full-scale invasion of Ukraine (from 24 February 2022 to June 2023) and to outline the main directions for further protection of Ukraine's museum heritage in times of war. *The results of the study* are based on the identification of specific facts of the destruction and loss of historical and cultural heritage by a number of Ukrainian museums during the war, the documents analysis of the Ministry of Culture and Information Policy and other state structures, online resources for 2022–2023, which highlight the activities and state of Ukrainian museums. It has been determined that the main reasons for the significant losses of museums' funds are both external — the rapid attack of the Russian Federation, the temporary occupation of certain territories of Ukraine, constant shelling, etc., and internal, related to the insufficient preparation of museums for evacuation. By destroying or appropriating cultural values, the Russian invaders are trying to destroy Ukrainians as a nation. *The scientific novelty* of the study consists in the systematisation of extensive factual material on the state of museums since the beginning of Russia's full-scale armed aggression on the territory of Ukraine; identification of the causes and consequences of museum heritage losses; drawing up possible ways to ensure the protection of museum exhibits during hostilities. For the first time, some statistics and information materials on the destruction of Ukrainian museums in 2022–2023 were introduced into scientific circulation. *Conclusions.* The study suggests that since the beginning of Russia's large-scale invasion

of Ukraine on 24 February 2022, the cultural sector in general and museums in particular have suffered the greatest losses in the history of independence. Some museums have been destroyed or damaged, museum collections from the temporarily occupied territories have been looted and taken to the Russian Federation. The museums in the western regions had much more favourable conditions for evacuating and preserving collections. Assessment of the consequences of museum heritage loss, implementation of modern innovative technologies for the protection and preservation of museum collections, in particular, digitisation of museum funds of Ukraine and creation of a single electronic register of the museum property, restitution of cultural values after the end of the war should be the primary tasks of state and local authorities in the preservation and protection of Ukraine's national and cultural heritage. There is an urgent need for further scientific developments regarding the assessment of the deliberate destruction of cultural and artistic objects by the Russian occupiers.

■ **Keywords:** cultural heritage; museums; funds; Russian armed aggression; war; martial law



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293777

УДК 008:021.4(477)"364"

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ЗАХОДИ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Марія Макарова

Кандидат культурології, доцент,

Київський університет

імені Бориса Грінченка,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0001-5334-4673

e-mail: m.makarova@kubg.edu.ua

Для цитування:

Макарова, М. (2023). Культурно-мистецькі заходи бібліотек України в умовах війни. *Питання культурології*, 42, 195–205. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293777>

Мета статті — проаналізувати діяльність бібліотек України з організації заходів культурно-мистецького спрямування під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, визначити основні чинники їх впливу на ціннісні орієнтації населення в Україні. *Результати дослідження* ґрунтуються на узагальненні інформації про культурно-мистецькі заходи українських бібліотек за півтора року повномасштабної російсько-української війни. Визначено, що бібліотеки є потужним засобом впливу на формування ціннісних орієнтацій українського суспільства. *Наукова новизна* дослідження полягає у систематизації широкого фактичного матеріалу щодо організації культурно-мистецьких заходів бібліотек України в умовах воєнного стану, вперше введено в науковий обіг окремі інформаційні матеріали щодо діяльності бібліотек у 2022–2023 рр. *Висновки*. Здійснене дослідження дає змогу констатувати, що в умовах російської збройної агресії бібліотеки відіграють значну роль в інформуванні населення про історичні та культурні події. Наведені приклади культурно-мистецьких заходів бібліотек у різних регіонах України в умовах воєнного стану свідчать насамперед про їх патріотичне спрямування — ці заходи присвячені проблемам російсько-української війни, державним патріотичним святкам: Дню Незалежності України, Дню пам'яті та примирення тощо. Вони мають значний вплив на переоцінку життєвих цінностей українського населення. Зміни, що відбуваються у системі ціннісних орієнтацій, стосуються суспільного життя, світосприйняття, норм моралі. Тематика та зміст бібліотечних виставок і заходів культурно-мистецького спрямування допомагає у духовному вихованні населення, зокрема, вважати патріотизм, національну гідність, державотворчі прагнення, історичну пам'ять, прагнення до єдності вище за власні національні цінності. Взаємодопомога, відчуття справедливості та взаємовиручка, відчуття спільного лиха і спільної перемоги, згуртованість дедалі більше розвиваються в українському суспільстві під час війни,

© Макарова М., 2023

Стаття надійшла до редакції: 26.07.2023

розв'язаної країною-агресором. Бібліотеки і надалі мають продовжувати проводити заходи, що об'єднують громадян України в складних сучасних умовах.

■ **Ключові слова:** культура; культурно-мистецькі заходи; бібліотека; тематична виставка; книжкова виставка; війна; російська збройна агресія

■ Вступ

В умовах збройної російської агресії суспільно-ціннісна структура в Україні зазнає значних змін. Виклики, перед якими стоїть українське суспільство, змушують переосмислити систему ціннісних орієнтацій. На перший план виходять такі цінності, як національна гідність, патріотизм, любов до України та ін., важливу роль у формуванні яких відіграють заклади культури та освіти, засоби масової інформації тощо. Одними з таких інституцій є бібліотеки України, які під час війни проводять культурно-мистецькі заходи, які відіграють значну роль у поширенні інформації про національні інтереси та традиції українського народу.

■ Аналіз попередніх досліджень

Аналіз публікацій із теми дослідження за 2022–2023 роки свідчить, що більшість наукових праць цього періоду присвячено проблемам стану й адаптації діяльності бібліотек до нових реалій під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Так, питання наслідків руйнувань і втрат бібліотек під час війни досліджує Л. Кузнецова (2022) у статті «Публічні бібліотеки України в умовах воєнного стану: втрати і виклики». Певні тенденції та наслідки воєнних дій для мережі публічних бібліотек висвітлюють В. Здановська (2022, 2023), Ю. Новальська (2023). Значення і роль бібліотек в умовах війни, пристосування до нових реалій аналізують С. Сердюк і С. Герасимова (2022), М. Сахарова і Я. Хіміч (2022). На переформатуванні діяльності університетських бібліотек у нових складних умовах акцентують О. Сербін і Т. Ярошенко (2022). Частина публікацій на сторінках наукових журналів присвячена досвіду роботи окремих бібліотек у воєнний час. Проте культурно-мистецькі заходи бібліотек під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України досліджуються лише частково. Зокрема, І. Бурміс (2022), визначаючи особливості діяльності публічних бібліотек Одещини в умовах воєнного стану й акцентуючи на їхні функції як культурних центрів, частково торкається і організації книжкових виставок. Питання підготовки та розміщення віртуальних виставок на вебсайті бібліотек у воєнний час фрагментарно висвітлюють А. Ржеуський і Н. Кунанець (2023), Л. Туровська (2022). Водночас комплексних досліджень діяльності бібліотек України з організації заходів культурно-мистецького спрямування в умовах війни не виявлено.

■ Мета статті

Мета статті — проаналізувати діяльність бібліотек України з організації заходів культурно-мистецького спрямування під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, визначити основні чинники їх впливу на ціннісні орієнтації населення в Україні.

Результати дослідження

З 24 лютого 2022 року українські бібліотеки, як і інші інституції сфери культури, зазнали серйозних змін. Станом на кінець травня 2023 року, за даними Міністерства культури та інформаційної політики, в Україні пошкоджень і руйнувань зазнала 571 бібліотека (Міністерство культури та інформаційної політики України, 2023). Ці дані неостаточні, зважаючи на те, що частина бібліотек знаходиться на тимчасово окупованих територіях або у прифронтовій зоні. Якщо на початку повномасштабного вторгнення практично всі бібліотеки закрилися, то поступово вони відновили свою діяльність. Збереження книжкових цінностей, психологічний комфорт користувачів, робота з внутрішньо переміщеними особами, подекуди евакуація серверів і фондів, волонтерська діяльність стали провідними напрямками бібліотечної роботи у воєнний час (Сербін, 2022, с. 4).

Значну частку в структурі бібліотечно-інформаційної діяльності займають заходи культурно-мистецького спрямування, зокрема книжкові, тематичні та артвиставки, виставки-експозиції як синтез бібліотечної та музейної виставок, лекторії, наукові конференції, зустрічі, бібліотечні марафони тощо. З початку війни наукові бібліотеки України організовували низку наукових конференцій різної тематики, зокрема культурно-мистецької. Так, 18 листопада 2022 року у Львівській національній науковій бібліотеці ім. В. Стефаника відбулася X Міжнародна наукова конференція «Мистецька культура: історія, теорія, методологія» (<https://www.lsl.lviv.ua/index.php/uk/konferentsiyi/>); 23–24 серпня 2023 року в Одеській національній науковій бібліотеці під егідою Міністерства культури та інформаційної політики України відбулася Всеукраїнська науково-практична конференція «Культура історичної пам'яті в Україні: наукові, культурні та освітні аспекти» (http://odnb.odessa.ua/view_post.php?id=4322), яка є складовою проекту «Україна: Історія. Культура. Ідентичність», започаткованого 2021 року до Дня Незалежності України. Ці та інші конференції сприяють науковим дослідженням у сфері культури і мистецтва. У Львові у серпні 2023 року в межах фестивалю «Майстерня міста 2023» стартував Бібліотечний марафон, під час якого відбулися майстер-класи, лекції, дискусії тощо, присвячені темі міського розвитку, комфортності, інклюзивності в умовах війни.

Найбільш характерною формою інформаційної діяльності бібліотек у воєнний час залишаються тематичні та книжкові виставки. Серед тематичних особливу увагу варто звернути на виставки, присвячені воєнній тематиці. Такою можна вважати артвиставку «Від війни до мистецтва», що відбулася у бібліотеці Тернопільського національного медичного університету в листопаді 2022 року під гаслом «Життя переможе смерть, Україна — загарбника, а мистецтво — війну» (*Тернопільський національний медичний університет*, 2022). Серед експонатів виставки були представлені розфарбовані гільзи, снаряди, каски тощо, зібрані на Сході України з 2014 по 2022 роки, роботи митців, зокрема харківського художника І. Сенькіна та ін. З 8 липня по 8 серпня 2022 року в Державній бібліотеці України для юнацтва у м. Києві діяла тематична виставка творчих робіт «Мистецтво для душі, пораненої війною» (<http://4uth.gov.ua/an-exhibition-of-creative-works-of-people-with-disabilities-was-opened/>), що ознайомлювала відвідувачів із творчістю членів Громадської організації «Об'єднання людей

з інвалідністю «Джерело натхнення» та Київського міського Центру соціальної, професійної та трудової реабілітації інвалідів. Тематична експозиція графічних робіт художника В. Реброва «Коли зникають фарби» та презентація художнього альбому автора «Війна очима українського художника» (<https://vechirniy.kyiv.ua/news/84886/>) відбулася 28 червня 2023 р. у Національній бібліотеці України для дітей у межах заходів, присвячених до Дня Конституції України.

Низку виставок було організовано бібліотеками до річниці повномасштабно-го вторгнення Росії в Україну. Так, у Центральній міській бібліотеці імені М. Кропивницького міста Миколаєва у лютому 2023 р. відбулася тематична виставка «Моя історія війни» (<https://svidok.info/ru/news/69837>) в межах проєкту «Виклик: творчість проти війни», мета якого — підтримка творчих особистостей і привернення уваги до здобутків митців Миколаєва в умовах війни. В експозиції виставки було представлено 80 робіт, виконаних у сучасних і традиційних видах мистецтва: живопис, графіка, авторська та традиційна лялька, писанкарство, ткацтво, художня обробка дерева, розпис, топіарій. На прикладах авторських робіт, створених під час російської збройної агресії, показано патріотичний настрій, непохитність і незламність духу миколаївців.

Практикуються у бібліотеках і виставки, присвячені бойовим діям окремих підрозділів ЗСУ на фронті, на відкритті яких присутні представники Міністерства оборони України, ЗСУ, бійці підрозділів та ін. Наприклад, на тематичній виставці «Портал у війну. На лінії вогню» (<https://knu.ua/news/12634>), присвяченій бойовому шляху 10 окремої гірсько-штурмової бригади «Едельвейс», що відбулася 24 лютого 2023 року в науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка, презентували бойові здобутки та трофеї, ексклюзивні артефакти, привезені з поля бою.

Варто звернути увагу на участь української молоді в організації виставок. У Центральній районній бібліотеці імені І. Франка на Подолі було організовано виставку студентських плакатних робіт «На сніданок була війна», згодом — «На сніданок була війна-2». Це плакатний проєкт студентів і викладачів кафедри графічного дизайну Київського національного університету культури і мистецтв «На хвилі креативного опору», який експонується також у соцмережах, галереях, на центральних площах Києва та інших міст України і зарубіжжя. «Експонування творів проєкту стало актом взаємопідтримки закладів культури, адже юні дизайнери національного ЗВО влаштували виставку в обстріляній рашистами бібліотеці ім. І. Франка, висловивши у такий спосіб протест проти нищення російськими окупантами української культури, обстрілів і обкрадання музеїв, руйнування церков, вивезення культурних цінностей, плюндрування нашої мови і пам'яток мистецтва» (Київський національний університет культури і мистецтв, 2022).

Крім тематичних, бібліотеки організовують і численні книжкові виставки, які є «засобом розкриття інформаційних ресурсів книгозбірні, її візитівкою, що віддзеркалює стиль закладу й творчі можливості персоналу» (Павленко, 2020, с. 30). Так, бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» у вересні 2022 року підготувала книжкову виставку «Разом переможемо. Все буде Україна!» (<https://library.ukma.edu.ua/novyny/570-knyzhkova-vystavka>

razom-peremozhemo-vse-bude-ukraina). Книги та періодичні видання на тему російсько-української війни з 2014 по 2023 роки були представлені на виставці-спогаді «Війна за Незалежність» (<https://library.bershad.ua/виставка-спогад-війна-за-незалежні-12609.html>) у бібліотеці м. Бершадь Вінницької області в лютому 2023 р. Відбулися виставки й у бібліотеці Чабанівської громади Київської області (<https://chabanivska-gromada.gov.ua/news/1677252313/>), на яких кожен відвідувач може дізнатися про події війни.

Аналіз виставкової діяльності бібліотек України в умовах воєнного стану свідчить, що, крім виставок, присвячених російсько-українській війні, бібліотеки, як і до війни, оформлювали книжкові виставки до знаменних і пам'ятних дат. Особливо це стосується Дня Незалежності України і подій Другої світової війни. Зокрема, у серпні 2022 року в одній із найстаріших бібліотек міста Києва — бібліотеці ім. М. Гоголя Голосіївського району з метою виховання поваги до державних символів України проходила книжкова виставка «Прапор України — прапор миру, гідності і волі» (<http://gogolbibl.blogspot.com/2022/08/23.html>); у серпні 2023 року — книжкова виставка «Тернистий шлях незалежності» (<https://dsru.edu.ua/biblioteka/2023/08/24/тернистий-шлях-незалежності/>) у бібліотеці Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка. Змістовними є також бібліотечні виставки, присвячені пам'ятним датам Другої світової війни. Так, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Отамановського підготувала книжкову виставку «Пам'ять про подвиг» (<https://library.vn.ua/news-and-events/novini/cherven-2022-news/pamyat-pro-podvig>) до Дня скорботи і вшанування пам'яті жертв війни в Україні 22 червня 2022 р. В Южноукраїнській міській бібліотеці було оформлено книжкову виставку «Війна на сторінках книг» (http://yu.mk.ua/news/show/yuzhnoukrainska_miska_biblioteka_knizhkova_vistavka_viyuna_na_storinkakh_knig?), присвячену Дню визволення Української РСР від німецьких загарбників 28 жовтня 1944 року. Практично кожна бібліотека організувала виставку «До Дня пам'яті та примирення». Зокрема, Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого підготувала книжкову виставку «на вшанування пам'яті про кожного, хто, долаючи втрати і горе, доклав титанічні зусилля в боротьбі з нацизмом, а також усіх жертв цієї страшної війни» (Рачковська, 2023). Представлені документи дають розуміння необхідності переосмислення подій Другої світової війни, розкривають роль України у цій війні.

Деякі бібліотечні виставки присвячені окремим подіям чи датам, ювілейним датам українських поетів і письменників тощо. Так, Наукова бібліотека Запорізького національного університету (<https://library.znu.edu.ua/>) підготувала книжкову експозицію до Дня Героїв, який відзначається 23 травня — на честь українських воїнів усіх часів, українських захисників і захисниць, які виборюють свободу та незалежність України. До дня народження Тараса Шевченка у бібліотеці Ніжинського фахового коледжу культури і мистецтв імені М. Заньковецької на Чернігівщині з 6 по 11 березня 2023 року пройшла книжково-ілюстративна виставка, на якій були представлені книги, фотоматеріали про поета (<https://nukim.org.ua/2023/03/07/5733/>). Бібліотека Волинського національного університету ім. Л. Українки до 152-ої річниці від дня народження Лесі Українки організувала відкритий перегляд літератури «Геніальна європейка та витончена українська

душа» (<https://library.vnu.edu.ua/2023/02/23/lesya-ukrainka/>). Виставки присвячуються і знаменним датам окремих міст і сіл України. Так, до 90-річчя з дня заснування Одеської області в бібліотеках були оформлені тематичні виставки: «Краю мій, ти частка Батьківщини» (Підгірне), «З Днем народження, українська перлина!» (Красне), книжкова виставка «Одещина — мій рідний край» (Вільне) та ін. (Діденко, 2022, с. 14).

Варті уваги і виставки для дітей, які організують дитячі бібліотеки, оскільки саме діти найбільш вразливі під час війни. Показовим прикладом може слугувати книжкова виставка «Україна починається з тебе» та виставка декоративних робіт «Я люблю Україну» (<http://zabilyditbibl.blogspot.com/2022/08/2408.html>), що відбулися у серпні 2022 року в бібліотеці ім. Наталі Забіли для дітей у місті Києві, на якій представлені малюнки, ляльки-мотанки, квілінг та інші роботи читачів. Особливу увагу дітям приділяють дитячі бібліотеки Львівщини, Тернопільщини, Івано-Франківщини, враховуючи, що під час війни велика кількість сімей з дітьми змушені були переселитися у західні регіони. Вони організують не лише виставки, а й різні дозвіллі заходи. Так, працівники 12 бібліотек Тернополя, зокрема і дитячих книгозбірень, згуртувалися для організації цікавого дозвілля для усіх, хто потребує емоційної розрядки, допомоги реабілітуватися, психологічно відновитися (Іноземцева, 2022).

В умовах війни великий попит мають онлайн-заходи, серед яких значне місце відводиться віртуальним виставкам завдяки можливості цілодобового доступу, мобільності, збереженню історичних пам'яток через віртуальне представлення тощо. Сучасні фахівці вкладають у поняття «віртуальна виставка» різний зміст. На думку Л. Бабій (2015), «найчастіше цей термін використовується, коли говорять про виставку, розміщену на сайті бібліотеки» (с. 272).

Зазначимо, що спеціальні розділи «Віртуальні виставки» є на сайтах багатьох бібліотек України. Так, на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського представлено електронні виставки, присвячені сторінкам української історії і культури (<http://www.nbuv.gov.ua/exhibitions>), на сайтах закладів вищої освіти розміщено віртуальні виставки, більшість з яких культурно-мистецького спрямування, зокрема:

– «Київ — столиця моєї душі», «Архітектурний ансамбль України», «Квіти в мистецтві», «Нескорені» та ін. на сайті Київського національного університету культури і мистецтв (<http://lib.knukim.edu.ua/exhibitions/>);

– «Чарівний світ вишиванки» на сайті Наукової бібліотеки Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв (<http://lib.nuos.edu.ua/віртуальні-виставки/>) — виставка знайомить з деякими фактами про український етнічний оберіг та його значення в житті людини;

– «Уклін живим, загиблим слава» до Дня пам'яті та примирення на сайті бібліотеки Ізмаїльського державного гуманітарного університету (<http://lib.idgu.edu.ua/remembrance-and-reconciliation/>);

– «Кириличні видання українських друкарень як пам'ятки культури» — до Дня пам'яток історії та культури 18 квітня на сайті Наукової бібліотеки Одеського національного університету імені І. Мечнікова (<http://lib.onu.edu.ua/virtualnye-vystavki/>).

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що процеси, які відбуваються в сучасній Україні, наповнюють новим змістом діяльність бібліотек, спрямовуючи усі їх ресурси на підтримку України у війні з Росією.

Висновки

Отже, наведені приклади культурно-мистецьких заходів бібліотек у різних регіонах України в умовах воєнного стану свідчать насамперед про їх патріотичне спрямування — ці заходи присвячені проблемам російсько-української війни, а також державним патріотичним святам: Дню Незалежності України, Дню пам'яті та примирення тощо. Вони мають значний вплив на переоцінку життєвих цінностей українського населення. З початку повномасштабного вторгнення суспільні настрої змінилися кардинально — суспільство мобілізувалося проти агресора. Зміни, що відбуваються у системі ціннісних орієнтацій, стосуються суспільного життя, світосприйняття, норм моралі. Тематика та зміст бібліотечних виставок і заходів культурно-мистецького спрямування допомагає у духовному вихованні населення, зокрема, вважати вище за власні — національні цінності: патріотизм, національну гідність, державотворчі прагнення, історичну пам'ять, прагнення до єдності. Взаємодопомога, відчуття справедливості та взаємовиручка, відчуття спільного лиха і спільної перемоги, згуртованість українців дедалі більше розвиваються в українському суспільстві під час війни, розв'язаної країною-агресором. Бібліотеки і надалі мають продовжувати проводити заходи, що є об'єднують громадян України в складних сучасних умовах.

Перспективи подальших досліджень можуть бути зосереджені на систематизації та аналізі інших форм діяльності бібліотек як одного з чинників формування ціннісних орієнтацій населення України в умовах воєнного стану.

Список посилань

- Бабій, Л. М. (2015). Віртуальна книжкова виставка: нова форма інформаційних ресурсів бібліотеки. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Бібліотекознавство. Книгознавство*, 4, 272–276.
- Бурміс, І. (2022). Публічні бібліотеки об'єднаних територіальних громад Одещини в умовах воєнного стану: особливості діяльності. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 10, 70–78. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269464>
- Діденко, Г. П. (Упоряд.). 2022. *Публічні бібліотеки в умовах воєнного часу: з досвіду роботи бібліотек Одеської області*. <https://biblioteka.od.ua/wp-content/uploads/2022/04/Publichni-biblioteku-v-umovah-voyennogo-chasu-z-dosvidu-roboty-bibliotek-Odeskoyi-oblasti.pdf>
- Здановська, В. (2022). Війна в Україні: бібліотечно-інформаційний фронт. *Бібліотечна планета*, 2(96), 5–8.
- Здановська, В. (2023). Публічні бібліотеки у воєнному 2022 році. *Бібліотечна планета*, 1, 6–9.
- Іноземцева, Ю. (2022, 14 березня). *Тут лікують книгами: як бібліотеки Тернополя об'єдналися для спільної допомоги під час війни*. 20 хвилин. <https://te.20minut>.

- ua/dopomahayemo/mistse-de-likuyut-knigami-yak-biblioteki-mista-obednalis-dlya-spilnoyi-11538420.html
- Київський національний університет культури і мистецтв. (2022, 31 травня). *На хвилі креативного опору!* <https://knukim.edu.ua/na-hvyli-kreatyvnoho-oporu/>
- Кузнецова, Л. В. (2022). Публічні бібліотеки України в умовах воєнного стану: втрати і виклики. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 10, 105–113. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269471>
- Міністерство культури та інформаційної політики України. (2023, 05 червня). *Через російську агресію в Україні постраждали 1520 об'єктів культурної інфраструктури*. <https://mcip.gov.ua/news/cherez-rosijsku-agresiyu-v-ukrayini-postrazhdaly-1520-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury/>
- Новальська, Ю. (2023). Бібліотечна наука і практика України в умовах воєнного стану. *Бібліотечний форум: історія, теорія і практика*, 2(32). <https://libraryforum.info/issue/novalska-yu-bibliotchna-nauka-i-praktika-ukrayini-v-umovah-voennogo-stanu>
- Павленко, Т. (2020). Віртуальна книжкова виставка як інформаційний ресурс бібліотеки (із досвіду діяльності ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського). *Вісник Книжкової палати*, 7, 29–34. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.7\(288\).29-34](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.7(288).29-34)
- Рачковська, І. (2023, 06 травня). *Книжкова виставка «До Дня пам'яті та примирення»*. Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого. <https://nlu.org.ua/event.php?id=1977>
- Ржеуський, А., & Кунанець, Н. (2023). Електронні інформаційні ресурси бібліотек галузевих закладів вищої освіти України під час карантинних обмежень та воєнного стану. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 11, 96–110. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.11.2023.282667>
- Сахарова, М., & Хіміч, Я. (2022). Розробка та актуалізація комунікаційної політики бібліотеки в умовах воєнного стану: кризові комунікації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2, 65–74. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.2.2022.263975>
- Сербін, О. (2022). Незламність нації у міцності її бібліотек. *Бібліотечна планета*, 4(98), 4–5.
- Сербін, О., & Ярошенко, Т. (2022, 10 листопада). Університетські бібліотеки і війна: реалії сьогодення. В *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство* [Матеріали конференції] (с. 105–106). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Сердюк, С., & Герасимова, С. (2022). Бібліотеки України під час війни: адаптація до нових реалій та визначення пріоритетів. *Бібліотечний форум: історія, теорія і практика*, 3(29). https://libraryforum.info/number_of_journal/81
- Тернопільський національний медичний університет імені І. Я. Горбачевського. (2022, 02 листопада). *У бібліотеці ТНМУ розгорнуто арт-виставку «Від війни до мистецтва»*. <https://www.tdmu.edu.ua/2022/11/02/u-bibliotetsi-tnmu-rozgornuto-art-vystavku-vid-vijny-do-mystetstva/>
- Туровська, Л. (2022). Віртуальна бібліотечна виставкова діяльність: бібліографічний аспект. *Бібліотечний форум: історія, теорія, практика*, 2(28). <https://libraryforum.info/issue/serdyuk-s-gerasimova-s-biblioteki-ukrayini-pid-chas-viyni-adaptaciya-do-novih-realiy-ta>

References

- Babii, L. M. (2015). Virtualna knyzhkova vystavka: nova forma informatsiinykh resursiv biblioteki [Virtual book exhibition: a new form of library information resources]. *Naukovi pratsi Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohiiienka. Serii: Bibliotekoznavstvo. Knyhoznnavstvo*, 4, 272–276 [in Ukrainian].
- Burmis, I. (2022). Publichni biblioteki obiednanykh terytorialnykh hromad Odeshchyny v umovakh voiennoho stanu: osoblyvosti diialnosti [Public libraries of the united territorial communities of Odesa region in conditions of martial state: activity peculiarities]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 10, 70–78. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269464> [in Ukrainian].
- Didenko, H. P. (comp.). 2022. *Publichni biblioteki v umovakh voiennoho chasu: z dosvidu roboty bibliotek Odeskoi oblasti* [Public libraries in wartime conditions: from the experience of Odesa region libraries]. <https://biblioteka.od.ua/wp-content/uploads/2022/04/Publichni-biblioteki-v-umovah-voyennogo-chasu-z-dosvidu-roboty-bibliotek-Odeskoyi-oblasti.pdf> [in Ukrainian].
- Inozemtseva, Yu. (2022, March 14). *Tut likuiut knyhamy: yak biblioteki Ternopolia obiednaly dlia spilnoi dopomohy pid chas viiny* [Here they treat with books: how the libraries of Ternopil united for joint assistance during the war]. 20minut. <https://te.20minut.ua/dopomahayemo/mistse-de-likuyut-knigami-yak-biblioteki-mista-obednalis-dlya-spilnoyi-11538420.html> [in Ukrainian].
- Kuznetsova, L. V. (2022). Publichni biblioteki Ukrainy v umovakh voiennoho stanu: vtraty i vyklyky [Public libraries of Ukraine in terms of the martial state: losses and challenges]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 10, 105–113. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269471> [in Ukrainian].
- Kyiv National University of Culture and Arts. (2022, May 31). *Na khvyli kreatyvnoho oporu!* [On the wave of creative resistance!]. <https://knukim.edu.ua/na-hvyli-kreatyvnoho-oporu/> [in Ukrainian].
- Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. (2023, June 5). *Cherez rosiysku ahresiiu v Ukraini postrazhdaly 1520 obektiv kulturnoi infrastruktury* [Due to Russian aggression in Ukraine, 1520 cultural infrastructure facilities have been damaged]. <https://mcip.gov.ua/news/cherez-rosiysku-agresiyu-v-ukrayini-postrazhdaly-1520-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury/> [in Ukrainian].
- Novalska, Yu. (2023). Bibliotchna nauka i praktyka Ukrainy v umovakh voiennoho stanu [Library science and practice of Ukraine under martial law]. *Bibliotchnyi forum: istoriia, teoriia i praktyka*, 2(32). <https://libraryforum.info/issue/novalska-yu-bibliotchna-nauka-i-praktika-ukrayini-v-umovah-voyennogo-stanu> [in Ukrainian].
- Pavlenko, T. (2020). Virtualna knyzhkova vystavka yak informatsiinyi resurs biblioteki (iz dosvidu diialnosti DNPB Ukrainy im. V. O. Sukhomlynskoho) [Virtual book exhibition as an information resource of the library (from the experience of the V. O. Sukhomlynskyi SSPL of Ukraine)]. *Bulletin of the Book Chamber*, 7, 29–34. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.7\(288\).29-34](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.7(288).29-34) [in Ukrainian].
- Rachkovska, I. (2023, May 6). *Knyzhkova vystavka "Do Dnia pamiati ta prymyrennia"* [Book exhibition "To the Day of Remembrance and Reconciliation"]. Yaroslav Mudryi National Library of Ukraine. <https://nlu.org.ua/event.php?id=1977> [in Ukrainian].

- Rzheuskyi, A., & Kunanets, N. (2023). Elektronni informatsiini resursy bibliotek haluzevykh zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy pid chas karantynnykh obmezhen ta voiennoho stanu [Electronic information resources of libraries of higher education branch institutions in Ukraine during the quarantine restrictions and martial law]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 11, 96–110. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.11.2023.282667> [in Ukrainian].
- Sakharova, M., & Khimich, Ya. (2022). Rozrobka ta aktualizatsiia komunikatsiinoi polityky biblioteky v umovakh voiennoho stanu: kryzovi komunikatsii [Development and updating of the library's communication policy under martial law: crisis communications]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 2, 65–74. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.2.2022.263975> [in Ukrainian].
- Serbin, O. (2022). Nezlamnist natsii u mitsnosti yii bibliotek [The strength of a nation lies in the strength of its libraries]. *Bibliotechna planeta*, 4(98), 4–5 [in Ukrainian].
- Serbin, O., & Yaroshenko, T. (2022, November 10). Universytetski biblioteky i viina: realii sohodennia [University libraries and war: the realities of today]. In *Kulturni ta mystetski studii XXI stolittia: naukovo-praktychne partnerstvo* [Cultural and artistic studies of the 21st century: scientific and practical partnership] [Conference materials] (pp. 105–106). National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Serdiuk, S., & Herasymova, S. (2022). Biblioteky Ukrainy pid chas viiny: adaptatsiia do novykh realii ta vyznachennia prioritytiv [Libraries of Ukraine during the war: adaptation to new realities and determination of priorities]. *Bibliotechnyi forum: istoriia, teoriia i praktyka*, 3(29). https://libraryforum.info/number_of_journal/81 [in Ukrainian].
- Ternopil National Medical University. (2022, November 02). *U bibliotetsi TNMU rozghornuto art-vystavku "Vid viiny do mystetstva"* [The art exhibition "From War to Art" has been opened in the TNMU library]. <https://www.tdmu.edu.ua/2022/11/02/u-bibliotetsi-tnmurozghornuto-art-vystavku-vid-viiny-do-mystetstva/> [in Ukrainian].
- Turovska, L. (2022). Virtualna bibliotechna vystavkova diialnist: biblohrafichni aspekt [Virtual library exhibition activity: bibliographic aspect]. *Bibliotechnyi forum: istoriia, teoriia, praktyka*, 2(28). <https://libraryforum.info/issue/serdyuk-s-gerasimova-s-biblioteki-ukrayini-pid-chas-viiny-adaptaciya-do-novih-realiy-ta> [in Ukrainian].
- Zdanovska, V. (2022). Viina v Ukraini: bibliotechno-informatsiinyi front [War in Ukraine: library and information front]. *Bibliotechna planeta*, 2, 5–8 [in Ukrainian].
- Zdanovska, V. (2023). Publichni biblioteky u voiennomu 2022 rotsi [Public libraries in the war year 2022]. *Bibliotechna planeta*, 1, 6–9 [in Ukrainian].

CULTURAL AND ARTISTIC EVENTS OF UKRAINIAN LIBRARIES DURING THE WAR

Mariia Makarova

*PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
Borys Hrinchenko Kyiv University,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0001-5334-4673
e-mail: m.makarova@kubg.edu.ua*

The aim of the article is to analyse the activities of Ukrainian libraries in organising cultural and artistic events during the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation and to identify the main factors of their influence on the value orientations of the population in Ukraine. *The results of the research* are based on the generalisation of information about cultural and artistic events held by Ukrainian libraries during the year and a half of the full-scale Russian-Ukrainian war. It is determined that libraries are a powerful means of influencing the formation of value orientations in Ukrainian society. *The scientific novelty* of the study lies in the systematisation of extensive factual material on the organisation of cultural and artistic events of Ukrainian libraries under martial law; for the first time, some information materials on the activities of libraries in 2022–2023 were introduced into scientific circulation. *Conclusions.* The study allows us to state that in the context of Russian armed aggression, libraries play a significant role in informing the population about historical and cultural events. The examples of cultural and artistic events held by libraries in different regions of Ukraine under martial law demonstrate their patriotic orientation, as these events are dedicated to the problems of the Russian-Ukrainian war and national patriotic holidays: Independence Day of Ukraine, the Day of Remembrance and Reconciliation, etc. They have a significant impact on the reassessment of the life values of the Ukrainian population. Changes in the system of value orientations affect social life, worldview, and moral norms. The themes and content of library exhibitions and cultural events help to educate the public spiritually, in particular, to place patriotism, national dignity, state-building aspirations, historical memory, and the desire for unity above their own national values. Mutual aid, a sense of justice and mutual assistance, a sense of common misfortune and common victory, and cohesion are increasingly developing in Ukrainian society during the war unleashed by the aggressor country. Libraries should continue to hold events that unite Ukrainian citizens in today's challenging environment.

Keywords: culture; cultural and artistic events; library; thematic exhibition; book exhibition; war; Russian armed aggression



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293779
УДК 008-026.15:004-044.922(410)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: БРИТАНСЬКИЙ КЕЙС

Оксана Олійник

Кандидат культурології, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net

Для цитування:

Олійник, О. (2023). Цифрова трансформація креативних індустрій: британський кейс. *Питання культурології*, 42, 206–218. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293779>

Мета статті — дослідити досвід британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій, окреслити подальші перспективи його розвитку з огляду на програмні документи та останні тенденції у цій галузі. *Результати дослідження*. Висвітлено основні сегменти британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій — нормативно-законодавчі, політичні, технологічні та культурологічні. Доведено, що активна фаза цифрової трансформації розпочалася у ковідний і постковідний періоди, а сама цифрова трансформація є не просто використання технологій, а трансформація організаційної культури та багатьох бізнес-моделей і процесів, які відіграють ключову роль у національному розвитку та плануванні культурної політики Великої Британії на сучасному етапі. *Наукова новизна* полягає у тому, що вперше досліджено особливості британського кейсу цифрової трансформації креативних індустрій у ширшому культурологічному контексті з акцентом на сучасний етап. *Висновки*. У першій чверті XXI ст. креативна економіка переживає безпрецедентну цифрову трансформацію, прискорену цифровим поворотом унаслідок впливу пандемії COVID-19. Велика Британія залишається одним з лідерів цифрової трансформації у галузі: генерує «галузеві візії», які підхоплюють інші країни, та намагається закріпити за собою цей статус. Ініційовано три великі проекти: The Creative Industries Clusters Programme, The Audience of the Future Challenge та Towards a National Collection. Для більшості креативних галузей країни характерний технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції, активне використання імерсивних технологій, штучного інтелекту, токенів тощо. Політичні пріоритети, визначені за підтримки експертів, охоплюють збільшення фінансування цифрових інновацій, боротьбу з різноманітністю секторів і реструктуризацію творчої освіти.

Ключові слова: Велика Британія; креативні індустрії; цифрова трансформація; цифрові технології; COVID-19; інновації; програми та проекти креативного розвитку

Вступ

Цифрова трансформація — чи не єдиний тренд, який не збавляє, а стабільно набирає обертів у першій чверті XXI ст. Концепція, яка розвивалася з 1990-х рр., вийшла за межі дигіталізації наявних процесів і сьогодні окреслює дійсно революційну за своїми впливом і масштабами тенденцію доволі ефективного використання цифрових технологій, включаючи вбудовані девайси та соціальні медіа, для створення нових бізнес-моделей, удосконалення потокових операцій і розширення досвіду клієнтів (Fitzgerald et al., 2014). Поряд із закликами інвестувати в розвиток цифрових технологій, провідні компанії реструктуризують свою діяльність і підходи, враховуючи нову реальність: приміром, Microsoft ідентифікує цифрову трансформацію як «можливість для бізнесу думати та працювати як цифрові компанії», оптимізуючи свою діяльність і трансформуючи продукти, а McKinsey & Company активно впроваджує такі елементи успішної цифрової трансформації, як цифрова стратегія та цілі, організаційна структура, підхід «тестуй та навчайся» (test-and-learn approach), вплив екосистеми, таланти та здібності, культурні зміни (Burkacky et al., 2018). Враховуючи це, цифрова трансформація — це не просто використання цифрових технологій, але й також трансформація організаційної культури та багатьох бізнес-моделей і процесів, що відіграє ключову роль у національному розвитку та плануванні політики. І саме в такому трактуванні її визнано одним із наріжних каменів розвитку Євросоюзу. Особливо в ситуації пандемії COVID-19, коли за лічені дні й тижні компанії були змушені вдаватися до цифрової трансформації за допомогою рішень щодо віддаленої роботи, екомерції, цифрового маркетингу тощо. Не обійшли увагою культуру та креативні індустрії, де розробка, поширення та доступність творчого контенту зазнали глибокого цифрового переходу. Беручи до уваги значення креативних індустрій у сучасному глобальному середовищі (Dharmani et al., 2021; UNCTAD, 2019), спробуємо осмислити сучасний стан і майбутні перспективи цього сектору з акцентом на цифровій трансформації у Великій Британії.

Аналіз попередніх досліджень

Культура та креативні індустрії належали до тих секторів, діяльність яких була істотно обмежена через пандемію COVID-19, і тому потрібно було шукати можливості для їхньої цифрової трансформації. Вчені зауважують, що потрібно пропонувати рішення, пов'язані зі споживанням вже дигіталізованих продуктів, і розробляти нові продукти та послуги дистанційного споживання. Завдання політиків — створення умов для таких моделей бізнесу та управління, сприяння розвитку цифрової інфраструктури в окремих регіонах, де все ще її немає (Pilege et al., 2020). У збірнику «Цифрова трансформація в культурних і креативних індустріях. Виробництво, споживання та підприємництво в цифровій економіці та економіці спільного використання» за редакцією М. Массі, М. Векко та І. Лінь (Massi et al., 2020) досліджено, як мистецькі організації в процесі переходу на цифрові технології намагаються адаптуватися, і які проблеми при цьому виникають (автентичності, легітимності, контролю, довіри та колективної творчості). О. Хлистова, О. Калюжнова та М. Бєлицький (Khlystova et al., 2022)

у статті «Вплив пандемії COVID-19 на креативні індустрії: огляд літератури та програма майбутніх досліджень» пропонують концептуальне та обґрунтоване розуміння впливу пандемії на креативні індустрії та їхню реакцію на виклики, з якими вони зіткнулися, розробляють матрицю реагування на основі обговорення цифрових можливостей компаній та їхньої здатності адаптуватися до кризи, а також окреслюють напрями майбутніх студій на базі Theory-Context-Characteristics-Methodology (TCCM). С. Фурнарі (Furnari, 2020) у своїй праці намагається довести, що межі креативних індустрій стираються під впливом цифрових технологій, а колектив голландських авторів у статті «Вимірювання рівня цифрових навичок XXI століття серед професіоналів, які працюють у креативних галузях: підхід, заснований на ефективності» (Van Laar et al., 2020) провів вимірювання та стверджує, що попит на цифрові навички стрімко зростає. Х. Рудман, Д. Беньон та Г. Голл (Rudman et al., 2015) стверджують, що прогрес інформаційних і комунікаційних технологій змінив моделі культурного споживання в усьому світі, а цифрові технології радикально вплинули на способи виробництва, відтворення, розповсюдження та комерціалізації творчих продуктів на національному та міжнародному рівнях. З останнього зазначимо роботу М. Лазі (Lazić, 2023) «Цифровізація та креативні індустрії — тенденції та перспективи», в якій теж аналізується фактор COVID19, що прискорив цифрову трансформацію сектору, та прогнозується, що віртуальна взаємодія стане ще більш реалістичною у майбутньому через інтенсифікацію використання інноваційних цифрових інструментів, таких як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) і 3D-ігри.

■ Мета статті

Метою статті є дослідження британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій та окреслення подальших перспектив його розвитку з огляду на програмні документи й останні тенденції у цій галузі.

■ Результати дослідження

Дані за 2019 р. свідчать, що внесок креативних індустрій у світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) становив 3%. Це перетворює їх на потужний і стратегічний сектор економіки, який, якщо розвивати його систематично та розумно, підвищує продуктивність, конкурентоспроможність, стає зростання, потенціал зайнятості та експорту як у всьому світі, так і в окремих регіонах чи містах. У Великій Британії, одній з перших країн у світі, що зрозуміла потенціал креативних індустрій і стратегічно та активно розвивала цей сегмент, у 2019 р. креативні індустрії підсилили економіку на £110,9 млрд, що на 43,6% більше, ніж у 2010 р. Отже, цей сектор становить менш як 6% економіки в цілому, а загальна кількість людей, зайнятих у креативних галузях Великої Британії, перевищила 2 млн (Higginbotham, 2021). Ці показники дійсно вражають, особливо, якщо порівняти їх, приміром, з латвійськими. Основні напрями та результати цифрової трансформації в Латвії визначені в «Керівних принципах цифрової трансформації 2021–2027», де у розділі «Оцінка поточної ситуації» чітко зазначено, що «латвійські компанії не повністю використовують свій потенціал циф-

ровізації, що підтверджується відставанням від середнього показника в ЄС; і не було досягнуто значного прогресу в інтеграції цифрових технологій у бізнес». Згідно з індексом цифрової економіки та суспільства (DESI), опублікованим Єврокомісією, оцінка Латвії за 2021 р. трохи нижча за середній показник Євро-союзу, водночас найнижчим є рівень цифрової трансформації компаній (Cape & Steinbergs, 2022, p. 426).

Креативні індустрії — один з інноваційних секторів з дуже важливими технологічними аспектами в окремих галузях, що впливають на творчий процес і формат кінцевого продукту. За словами Г. Рудмана (Rudman, 2015), британська стратегія креативних індустрій поділяє їх на два фактори: по-перше, продукт є здебільш аналоговим чи цифровим, і, по-друге, творчий процес є переважно ручним чи технологічним. Для більшості креативних галузей (за винятком мистецтва та антикваріату, ремесел і виконавського мистецтва) характерні технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції. Це свідчить, що ці галузі мають високий потенціал для цифрової трансформації. Загалом рівень цифровізації дорівнює частці прибутку від цифрових напрямів бізнесу в межах загальних глобальних прибутків сектору. За цим показником креативні індустрії можна поділити на три групи (Voldere et al., 2017) (табл. 1):

Таблиця 1

Рівні впливу цифровізації

Ланцюги створення вартості з високим рівнем цифровізації	Ланцюги створення вартості з середнім рівнем цифровізації	Ланцюги створення вартості з нижчим рівнем цифровізації
Музика	Фільми	Художні ремесла
Відеоігри та мультимедіа	Телебачення та радіо	Виконавське мистецтво
	Книги	Культурна спадщина
		Візуальні мистецтва

Сьогодні ми можемо говорити про цифрову трансформацію «класичних» креативних індустрій у форматі потокового відео, онлайн-ігор, мобільних ігор, електронних книг, імерсивного контенту, цифрових медіа, екранної індустрії та музичних технологій (Roche & Izsak, 2021). Найбільший вплив на трансформацію креативних індустрій мали доповнена та віртуальна реальність (AR/VR), штучний інтелект (AI), хмарні та блокчейн-технології, що також відобразилося на рівні зайнятості відповідних фахівців у креативній індустрії (World Economic Forum, 2018).

Загалом слід визнати, що креативні індустрії належать до галузей, в яких відбуваються ключові процеси трансформації, спричинені цифровізацією, що впливає на бізнес-моделі, моделі споживання та процеси виробництва кон-

тенту (Lhermitte et al., 2014). Цифровізація дає змогу компаніям у цих галузях створювати інноваційні продукти та значно розширює ринкові можливості для охоплення нової місцевої та міжнародної аудиторії. Онлайн-платформи також допомагають з комунікацією та маркетингом, і час підтверджує, що все більший відсоток компаній креативних індустрій використовує цифровий маркетинг як основний метод маркетингу. З іншого боку, цифрові технології загострюють конкуренцію в креативних індустріях, що не завжди вигідно малому бізнесу, особливо в регіонах, де пропозиція культурного продукту часто недостатня та одновимірною.

На підприємництво в креативних індустріях і його цифрову трансформацію впливає низка чинників, як-от глобалізація культурних процесів і пандемія COVID-19. Типовим прикладом є глобальні платформи цифрового контенту, які суттєво знижують потенціал прибутків компаній креативних індустрій, особливо в аудіовізуальному секторі. Криза, спричинена пандемією COVID-19, підкреслила важливість культурних послуг у цифровому середовищі. Дослідження впливу культурного споживання та участі у 2020 р. засвідчує значне зростання цифрового культурного споживання.

Уряд Великої Британії надає пряме фінансування креативним індустріям і мистецтву, а також забезпечує фінансування через незалежні організації, як-от Arts Council England. Уряд надає інші форми підтримки, наприклад, податкові пільги. Наразі податкові пільги доступні для таких галузей, як кіно, певні види телебачення та відеоігри, а також для музеїв, галерей, сценічного та інших форм мистецтва. Уряд несе відповідальність за переговори стосовно ліцензійного збору BBC впродовж періоду дії королівської хартії BBC. Йому належить Channel 4. За винятком телерадіомовлення та BBC, політика щодо культури та мистецтва шириться на Шотландію, Вельс та Північну Ірландію.

У березні 2021 р. уряд, очолюваний на той час прем'єр-міністром Борисом Джонсоном, опублікував стратегію «Відновити краще: наш план зростання» (Build Back Better, 2021). У ній уряд визначив креативні індустрії як один із п'яти секторів, де Сполучене Королівство має конкурентну перевагу. Книга містила зобов'язання стосовно того, що уряд опублікує серію «галузевих візій» пізніше того ж року, які визначать види підтримки, надані кожному сектору.

У липні 2021 р. Департамент бізнесу, енергетики та промислової стратегії (BEIS) опублікував Інноваційну стратегію Великої Британії, підтвердивши зобов'язання уряду опублікувати низку секторальних бачень, зокрема і щодо креативних індустрій. У лютому 2022 р. Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту (DCMS) оголосив, що секторальне бачення креативних індустрій не буде опубліковано до літа 2022. Уряд підтвердив, що воно розробляється в партнерстві з Радою креативних індустрій, до якої належать компанії, що працюють у цьому секторі, уряд та інші творчі організації. Того ж місяця державний міністр DCMS Джулія Лопес заявила, що бачення сектору визначатиме амбіції уряду стосовно цього питання до 2030-х рр. Згодом міністри уряду підтвердили, що секторальне бачення стосується: творчих навичок та інших проблем робочої сили, що впливають на сектор; впливу штучного інтелекту; забезпечення доступу до творчих галузей і мистецтва людям різного походження.

У липні 2022 р. Комітет із комунікацій і цифрових технологій Палати лордів розпочав розслідування майбутнього креативних індустрій Великої Британії. Комітет ще не опублікував свій звіт. Під час усної сесії 22 листопада 2022 р. в межах цього розслідування Джулія Лопес підтвердила, що секторальне бачення креативних індустрій буде відкладено. Однак вона зауважила, що її департамент сподівається представити секторальне бачення у січні 2023 р.

Інноваційна стратегія Великої Британії (BEIS) з липня 2021 р. підтвердила, що урядове бачення сектору сприятиме його стратегічним цілям, зокрема підвищенню рівня. В урядовій документації про підвищення рівня, від 2 лютого 2022 р., креативні індустрії представлено як такі, що відіграють «важливу роль у підвищенні рівня». У ньому креативні індустрії та мистецтво описані як джерело «місцевої гордості та покращення якості життя», а також як «рушії зростання та продуктивності» (Levelling Up the United Kingdom, 2022). У документі також йдеться про те, що уряд має намір збільшити підтримку культурних установ за межами Лондона, таких як театри, музеї, галереї та бібліотеки. У ньому сказано, що все нове фінансування, виділене Arts Council England впродовж наступного трирічного періоду перегляду витрат, буде використано для підтримки витрат за межами столиці.

23 лютого 2022 р. тодішній держсекретар DCMS Надін Дорріс оприлюднила низку заходів, які вона описала як вирішення проблеми культурної нерівності в Англії. Вона підтвердила, що фінансування для підтримки підвищення рівня буде оголошено в межах фінансування національного портфолію Художньої ради на 2023–2026 рр., наголосивши, як Рада мистецтв розподілятиме державне фінансування. Вона також зазначила, що Рада мистецтв надаватиме підтримку лондонським організаціям, які подають заявки на фінансування, щоб дати їм змогу переїхати, розширити або розпочати нову діяльність за межами міста. Цікаво, що ці плани розкритикував мер Лондона Садік Хан, заявивши, що вони стануть «нищівним ударом» по креативному сектору міста (Harris, 2022). Обговорення фінансування національного портфолію Arts Council на 2023–2026 р. поки що триває.

У листопаді 2022 р. уряд запустив програму креативного зростання із забезпеченням доступу до фінансування креативних компаній у різних регіонах за межами Лондона (Creative businesses, 2022). Уряд оголосив, що впродовж поточного періоду перегляду витрат у межах цієї програми буде виділено £17,5 млн, при цьому кожен регіон отримає грант на £1,275 млн. Зазначено регіони, які отримають вигоду від цієї програми: Великий Манчестер; захід Англії та Корнуолл і острови Сіллі; Норфолк, Саффолк і Кембриджшир; Лестершир, Дербішир і Лінкольншир; Кент, Ессекс; Східний і Західний Сассекс; Північний схід Англії. Джулія Лопес підтвердила під час усної сесії з Комітетом Палати лордів зі зв'язку та цифрових технологій, що цю програму залучать до секторального бачення креативних індустрій після її публікації.

Загалом підтримку використання цифрових технологій у цьому секторі було визначено як пріоритет для уряду Великої Британії. У 2018 р. в «Угоді про сектор творчих індустрій» (Industrial Strategy, 2018) уряд пообіцяв виділити £33 млн на програму інновацій для підтримки креативних індустрій та £39 млн на парт-

нерство між галуззю та науковими установами. Відтоді Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту фінансує ресурси для посилення цифрових можливостей сектору, наприклад, Digital Culture Network. У звіті «Boundless Creativity» за 2021 р., створеному у співавторстві з Мистецькою та гуманітарною дослідницькою радою, DCMS наголошує на важливості цифрової культури для відновлення сектору після COVID-19. Проекти, де використані новітні технології, є частиною Unboxed UK, серії творчих проєктів, вартістю £120 млн, які відкрилися для британської аудиторії у 2022 р.

Державне фінансування дослідів і розробок у галузі цифрових технологій у секторі креативних індустрій здебільшого надходить від UK Research & Innovation (UKRI). Запроваджено три великі проєкти, що фінансуються UKRI, для розвитку цифрових можливостей та інновацій:

- «Програма кластерів креативних індустрій» (The Creative Industries Clusters Programme): це інвестиції в розмірі £120 млн у 2018–2023 рр. для підтримки інновацій і розвитку сегмента у Великій Британії. Вона фінансує 9 регіональних кластерів, які об'єднують підприємства та дослідників у таких сферах, як цифровий сторітелінг;

- Виклик «Аудиторія майбутнього» (The Audience of the Future Challenge): £39,3 млн інвестицій в інновації в галузі імерсивних технологій, запущені у 2017 р.;

- «На шляху до національної колекції» (Towards a National Collection): інвестиція в розмірі £18,9 млн для створення національної цифрової колекції галерей, бібліотек, архівів і музеїв Великої Британії у 2020–2025 рр.

Також варто зазначити, що дослідження 2021 р., опубліковане Центром політики та доказів креативних індустрій, яке розглядає наслідки цифрового центру COVID-19 у музеях і галереях, виявило, що наявність ІТінфраструктури та цифрової стратегії є перевагою для компаній, які можуть зменшити раптовий тиск на цифрову потужність. Інститути, які на початку пандемії були менш зрілими в цифровому плані, тепер визнають цінність цифрових навичок та інвестують як у підвищення кваліфікації, так і в аутсорсинг у творчому середовищі, де програмне забезпечення та комп'ютерні послуги стали вагомими чинниками процесу технологічної творчості, на які припадає понад 62 % проєктів у Великій Британії (Fiddian, 2022).

В е-публікації Е. Муртаги «Як цифрова трансформація впливає на креативну економіку?» зазначено, що саме івент-технології були визначальним компонентом на початку пандемії та продовжують бути пріоритетними для творчих установ, які бажають охопити ширшу, зокрема і міжнародну, аудиторію. Наприклад, онлайн-вистави в межах ініціативи «Національний театр вдома» значно розширили культурну участь, особливо серед маргіналізованих спільнот. Віртуальні івенти також відкрили безпрецедентні можливості для соціальної діяльності та комунікації серед творчих практиків у Великій Британії, змістивши мислення від лондоноцентричної сцени до безлічі як гіперлокальних, так і мультикультурних реалій. Однак, на думку автора, вони неминуче спричинили раптове зростання кіберхакінгу. Хакери зазвичай викрадають списки учасників (включаючи особисті дані та дані кредитної картки, якщо це можливо) та віртуальні конференц-

зали. Деякі атакують з політичних міркувань, наражаючи творчих практиків і бізнес на значний ризик шкоди репутації.

Висновки

Сьогодні креативна економіка переживає час безпрецедентної цифрової трансформації та дизрупції, прискореної цифровим поворотом унаслідок COVID-19. Європейське дослідження технологічних тенденцій у креативних індустріях показало, що креативна економіка наразі знаходиться в авангарді застосування новітніх технологій. Збільшується попит на професіоналів з технологічними та цифровими навичками, здатних швидко розв'язувати проблеми та створювати інноваційні продукти. Багато бізнес-лідерів обирають IT-аутсорсинг і технологічних консультантів, які супроводжуватимуть їх на шляху IT-трансформації та консультуватимуть, як же уникнути пасток швидкої цифрової трансформації.

Підтримка цифрових інновацій у креативних галузях є пріоритетом уряду Великої Британії у XXI ст. Організації та артисти все частіше використовували цифрові технології для залучення аудиторії в інтернеті, особливо через COVID-19, і сьогодні, якщо аналізувати британський кейс, то можна помітити, що ця тенденція лише набирає обертів. Для більшості креативних галузей характерні технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції, активне використання імерсивних технологій, штучного інтелекту, токенів тощо. Політичні пріоритети, визначені за допомогою експертів, охоплюють збільшення фінансування цифрових інновацій, боротьбу з різноманітністю секторів і реструктуризацію творчої освіти. Експерти також зазначають, що цифрове мистецтво та культура можуть зробити свій внесок у програму уряду «Leveling Up». Попри це наразі немає остаточної відповіді на всі питання, але переваги відповідального використання цифрових технологій у креативній економіці незаперечні. Тільки час покаже, як креативність і технології можуть розвиватися разом: у такому швидкоплинному ландшафті важливо, щоб креативні бізнес-лідери співпрацювали з технологічними консультантами.

Список посилань

- Build Back Better: our plan for growth. Presented to Parliament by the Chancellor of the Exchequer by Command of Her Majesty.* (2021, March 3). APS Group on behalf of the Controller of Her Majesty's Stationery Office. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6048fd05d3bf7f1d16e263fd/PfG_Final_Web_Accessible_Version.pdf
- Burkacky, O., Deichmann, J., Hepp, D., & Mühlreiter, B. (2018, August 31). *A blueprint for successful digital transformations for automotive suppliers*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/ourinsights/a-blueprint-for-successful-digital-transformations-for-automotive-suppliers>
- Cane, R., & Steinbergs, K. (2022, May 11–13). The role of digital transformation in creative industries companies in regions. In *Economic Science for Rural Development* [Conference materials] (Iss. 56, pp. 424–434). Latvia University of Life Sciences and Technologies.

- Creative businesses across the UK receive funding boost and government backing to spur future growth.* (2022, November 4). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/news/creative-businesses-across-the-uk-receive-funding-boost-and-government-backing-to-spur-future-growth>
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037>
- Fiddian, T. (2022, February 14). *Agile innovation funding is the solution for the UK Creative Industries*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/blog/agile-innovation-funding-is-the-solution-for-the-uk-creative-industries>
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12. <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracingdigital-technology/>
- Furnari, S. (2020). Industry or Field? The Value of the Field Construct to Study Digital Creative Industries. In J. S. Pedersen, B. Slavich, & M. Khaire, (Eds.). *Technology and Creativity. Production, Mediation and Evaluation in the Digital Age* (pp. 63–86). Palgrave Macmillan.
- Harris, G. (2022, February 25). *UK arts 'levelling up' plan—designed to redirect funding outside of London—blasted by city's mayor*. The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2022/02/25/uk-arts-levelling-up-planned-designed-to-redirect-funding-outside-of-london-blasted-by-citys-mayor>
- Higginbotham, D. (Ed.). (2021). *Overview of the UK's creative arts sector*. Prospects. <https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/job-sectors/creative-arts-and-design/overview-of-the-creative-arts-sector-in-the-uk>
- Industrial Strategy Creative Industries Sector Deal. (2018, March 28). *HM Government*. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf>
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062>
- Lazić, M. (2023). Digitalization and Creative Industries—Trends and Perspectives. *Proceedings*, 85, 23. <https://doi.org/10.3390/proceedings2023085023>
- Levelling Up the United Kingdom.* (2022, February 2). HM Government. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1052706/Levelling_Up_WP_HRES.pdf
- Lhermitte, M., Perrin, B., & Melbouci, L. (2014). *Creating Growth. Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*. Ernst & Young https://www.academia.edu/13352012/Creating_growth_Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU
- Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (2020). *Digital transformation in the cultural and creative industries. Production, consumption and entrepreneurship in the digital and sharing economy*. Routledge.
- Pilege, E., Plota, S., & Pilegis, G. (2020, September 24–26). Impact of digital technologies on development of creative industries. In *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage* [Conference materials] (Vol. 10, pp. 159–172). Institute of Mathematics and Informatics. <https://doi.org/10.55630/dipp.2020.10.11>

- Roche, C., & Izsak, K. (2021). *Advanced technologies for industry - Sectoral watch. Technological trends in the creative industries*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/444418>
- Rudman, H. (2015). *A framework for the transformation of the creative industries in a digital age* [Doctoral Dissertation, Edinburgh Napier University]. <https://www.napier.ac.uk/research-andinnovation/research-search/phds/a-framework-for-the-transformation-of-the-creative-industries-in-a-digitalage>
- Rudman, H., Benyon, D., & Hall, H. (2015, June 10–12). A framework for the transformation of the incumbent creative industries in a digital age. In *Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots* [Proceedings of IFKAD] (pp. 1391–1403). Institute of Knowledge Asset Management. https://www.academia.edu/12928792/A_framework_for_the_transformation_of_the_incumbent_creative_industries_in_a_digital_age
- UNCTAD. (2019). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>
- van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X19300956>
- Voldere, I., Romainville, J.-F., Knotter, S., Durinck, E., Engin, E., Gall, A., Kern, P., Airaghi, E., Pletosu, T., Ranaivoson, H., & Hoelck, K. (2017). *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: final report*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/868748>
- World Economic Forum. (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy* [White Paper]. https://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

References

- Build Back Better: our plan for growth Presented to Parliament by the Chancellor of the Exchequer by Command of Her Majesty*. (2021, March 3). APS Group on behalf of the Controller of Her Majesty's Stationery Office. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6048fd05d3bf7f1d16e263fd/PfG_Final_Web_Accessible_Version.pdf [in English].
- Burkacky, O., Deichmann, J., Hepp, D., & Mühlreiter, B. (2018, August 31). *A blueprint for successful digital transformations for automotive suppliers*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/ourinsights/a-blueprint-for-successful-digital-transformations-for-automotive-suppliers> [in English].
- Cane, R., & Steinbergs, K. (2022, May 11–13). The role of digital transformation in creative industries companies in regions. In *Economic Science for Rural Development* [Conference materials] (Iss. 56, pp. 424–434). Latvia University of Life Sciences and Technologies [in English].
- Creative businesses across the UK receive funding boost and government backing to spur future growth*. (2022, November 4). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/news/>

- creative-businesses-across-the-uk-receive-funding-boost-and-government-backing-to-spur-future-growth [in English].
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037> [in English].
- Fiddian, T. (2022, February 14). *Agile innovation funding is the solution for the UK Creative Industries*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/blog/agile-innovation-funding-is-the-solution-for-the-uk-creative-industries> [in English].
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12. <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracingdigitaltechnology/> [in English].
- Furnari, S. (2020). Industry or Field? The Value of the Field Construct to Study Digital Creative Industries. In J. S. Pedersen, B. Slavich, & M. Khaire, (Eds.). *Technology and Creativity. Production, Mediation and Evaluation in the Digital Age* (pp. 63–86). Palgrave Macmillan [in English].
- Harris, G. (2022, February 25). *UK arts 'levelling up' plan—designed to redirect funding outside of London—blasted by city's mayor*. The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2022/02/25/uk-arts-levelling-up-plan-designed-to-redirect-funding-outside-of-london-blasted-by-citys-mayor> [in English].
- Higginbotham, D. (Ed.). (2021). *Overview of the UK's creative arts sector*. Prospects. <https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/job-sectors/creative-arts-and-design/overview-of-the-creative-arts-sector-in-the-uk> [in English].
- Industrial Strategy Creative Industries Sector Deal. (2018, March 28). *HM Government*. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf> [in English].
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062> [in English].
- Lazić, M. (2023). Digitalization and Creative Industries—Trends and Perspectives. *Proceedings*, 85, 23. <https://doi.org/10.3390/proceedings2023085023> [in English].
- Levelling Up the United Kingdom*. (2022, February 2). HM Government. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1052706/Levelling_Up_WP_HRES.pdf [in English].
- Lhermitte, M., Perrin, B., & Melbouci, L. (2014). *Creating Growth. Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*. Ernst & Young https://www.academia.edu/13352012/Creating_growth_Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU [in English].
- Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (2020). *Digital transformation in the cultural and creative industries. Production, consumption and entrepreneurship in the digital and sharing economy*. Routledge [in English].
- Pilege, E., Plota, S., & Pilegis, G. (2020, September 24–26). Impact of digital technologies on development of creative industries. In *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage* [Conference materials] (Vol. 10, pp. 159–172). Institute of Mathematics and Informatics. <https://doi.org/10.55630/dipp.2020.10.11> [in English].

- Roche, C., & Izsak, K. (2021). *Advanced technologies for industry - Sectoral watch. Technological trends in the creative industries*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/444418> [in English].
- Rudman, H. (2015). *A framework for the transformation of the creative industries in a digital age* [Doctoral Dissertation, Edinburgh Napier University]. <https://www.napier.ac.uk/research-andinnovation/research-search/phds/a-framework-for-the-transformation-of-the-creative-industries-in-a-digitalage> [in English].
- Rudman, H., Benyon, D., & Hall, H. (2015, June 10–12). A framework for the transformation of the incumbent creative industries in a digital age. In *Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots* [Proceedings of IFKAD] (pp. 1391–1403). Institute of Knowledge Asset Management. https://www.academia.edu/12928792/A_framework_for_the_transformation_of_the_incumbent_creative_industries_in_a_digital_age [in English].
- UNCTAD. (2019). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries> [in English].
- van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X19300956> [in English].
- Voldere, I., Romainville, J.-F., Knotter, S., Durinck, E., Engin, E., Gall, A., Kern, P., Airaghi, E., Pletosu, T., Ranaivoson, H., & Hoelck, K. (2017). *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: final report*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/868748> [in English].
- World Economic Forum. (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy* [White Paper]. https://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf [in English].

▪ DIGITAL TRANSFORMATION OF THE CREATIVE INDUSTRIES: BRITISH CASE

▪ Oksana Oliinyk

▪ *PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net*

The aim of the article is to study the experience of the British case of digital transformation of the creative industries sector and to outline further prospects for its development, taking into account programme documents and recent trends in this area. *Results of the research.* The article highlights the main segments of the British case of the creative industries sector digital transformation — normative and legislative, political, technological, and cultural. It

is proved that the active phase of digital transformation has begun during the COVID and post-COVID periods, and digital transformation itself is not just the use of technology but the transformation of organisational culture and many business models and processes that play a crucial role in the national development and planning of cultural policy in the UK at the present stage. *Scientific novelty* lies in the fact that, for the first time, the peculiarities of the British case of the creative industries' digital transformation are studied in a broader cultural context with a focus on the current stage. *Conclusions*. In the first quarter of the 21st century, the creative economy is undergoing an unprecedented digital transformation, accelerated by the digital shift caused by the impact of the COVID-19 pandemic. Great Britain remains one of the digital transformation leaders in the industry, generating "industry visions" that are picked up by other countries and trying to secure this status. Three major projects have been initiated: "The Creative Industries Clusters Programme", "The Audience of the Future Challenge" and "Towards a National Collection". Most of the country's creative industries are characterised by a technologically determined creative process and a digital type of product, active use of immersive technologies, artificial intelligence, tokens, etc. The political priorities identified with the support of experts include increasing funding for digital innovation, tackling sectoral diversity and restructuring creative education.

■ **Keywords:** Great Britain; creative industries; digital transformation; digital technologies; COVID-19; innovations; creative development programmes and projects



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293785

УДК 008:338.46(477.65):316.7

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ІДЕОЛОГІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОЄКТУВАННЯ

Валерій Осієвський

Викладач,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-5123-3723

e-mail: lerzzzos@gmail.com

Для цитування:

Осієвський, В. (2023). Культурний туризм Кіровоградської області: ідеологія соціокультурного проєктування. *Питання культурології*, 42, 219–228. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293785>

Мета статті — розглянути ідеологію соціокультурного проєктування у сфері культурного туризму Кіровоградщини як інструменту регіональної культурної політики, спрямованої на задоволення культурно-пізнавальних потреб туриста, а також соціалізацію та інкультурацію учасників туристичних програм. *Результати дослідження*. Констатовано проблему, яка полягає у тому, що в межах теорії та практики організації культурного туризму в українській індустрії та на Кіровоградщині переважають економічні орієнтири, а на ринку туристських послуг — атрактивність і рекреації, що знецінює фактор культурного іміджу місць проведення туристичних маршрутів і створення умов для збереження та розвитку культурної самоідентифікації соціальних груп через участь у туристичних маршрутах. *Наукова новизна* дослідження полягає у тому, що вперше в українській культурології розкрито особливості культуротворчого потенціалу проєктної діяльності в галузі культурного туризму на прикладі Кіровоградщини. *Висновки*. Впровадження ідеології соціокультурного проєктування в межах культурного туризму Кіровоградщини підкреслює її потенціал як основного інструменту «матеріалізації» визначних пам'яток та об'єктів регіону, їх актуалізації у культурній свідомості туристів завдяки технологічним соціокультурним моделям підготовки туристських програм і відповідним екскурсійно-туристичним маршрутам. Використання соціокультурного образу регіону як козацької території (проєкт «Кіровоградщина — земля козака Мамає») або головного святилища скіфів (проєкти «Сакральний центр Великої Скіфії» або «Золотими стежками Ексампею») активізує створення регіональних програм розвитку туризму, які враховують як необхідність збереження культурної спадщини в Кіровоградській та інших областях, так і модернізацію у соціально-економічному та культурному житті українських територій з метою появи реальної альтернативи нестримній комерціалізації галузі у XXI ст.

Ключові слова: Кіровоградщина; культурний туризм; соціокультурне проектування; культурний імідж; проектна метастратегія; туристичні програми; соціокультурний образ регіону

Вступ

Розвиток туризму як складного соціокультурного феномену має позитивний і негативний вплив на регіональному рівні: з одного боку, може стимулювати місцеву економіку, сприяти працевлаштуванню місцевого населення та створювати дохід для регіонів (Liu & Wall, 2006), а з іншого — здатен призвести до негативних наслідків, таких як злочинність, підвищення вартості життя для членів громади, невдоволення місцевих туристами та низька якість життя мешканців (Ap & Crompton, 1993). Ці негативні наслідки туризму можуть свідчити про відсутність проектування та планування (Zhong et al., 2011). Дійсно, концепція планування туризму виникає в академічних колах у 1970-х рр. як відповідь на шкідливі наслідки швидкого розвитку галузі та офіційно визнана UNWTO в 1994 р. (Çalıřkan, 2021). В основі такого проектування знаходиться доктрина соціальної або публічної участі (public participation), що передбачала залучення населення до формування штучно створеної реальності чи середовища, яке має задовольнити духовно-пізнавальні потреби учасників туристичних програм. Такий підхід до планування та організації туристичної діяльності дає змогу вибудувати довгострокову стратегію її розвитку як проекту нового соціального досвіду, який «проживають» туристи. Це перетворює культурний туризм на простір проектування соціокультурної активності учасників туристичних програм, тобто їх інтеграцію як носіїв власних цінностей у систему соціокультурних значень, що задає додаткову внутрішню логіку розвитку та переміщення в реальному просторі.

Як альтернатива формально-комерційному підходу зазначений аспект потребує ґрунтовного культурологічного осмислення, що уможливить змістити концептуальні акценти туристичних програм у бік проектування культурно-семантичного простору та конструктивних моделей соціальної поведінки, адаптації та соціалізації особистості. У зв'язку з цим культурний туризм постає як важливим інструментом державної та регіональної культурної політики, так і драйвером соціально-економічного розвитку області завдяки моделюванню туристичної діяльності як соціокультурного проекту. Спробуємо розглянути ці процеси на прикладі Кіровоградщини.

Аналіз попередніх досліджень

Останнім часом все частіше вчені усвідомлюють важливість соціально-культурного проектування та планування в галузі культурного туризму та інших його напрямів як альтернативи домінуванню економічних орієнтирів, що сильно применшують і нівелюють культурне значення туризму. Соціальна семантика туристичних продуктів і послуг є важливою складовою під час вивчення та розробки комплексних регіональних програм розвитку туризму. Так, окремі аспекти проектування та планування культурно-пізнавальних заходів та організації туристичних програм свого часу досліджували Р. Гілл, Я. ван дер Борг, А. П. Руссо, Д. Дж. Тімоті та ін. Змістовні рекомендації щодо сталого культурного туризму

з урахуванням викликів COVID-19 висловили Б. Сміт та М. Ріпп (Smith & Ripp, 2020), які, зокрема, охоплювали динаміку процесу планування. Колектив сучасних вчених провів дослідження, присвячене проблемі проектування культурних маршрутів як туристичного інструменту та сталого місцевого розвитку на ізольованих і менш розвинених островах (наприкладі о. Сімі в Греції), де наголошується на важливості сталого туристичного розвитку, який полягає в захисті та розкритті потенціалу наявного («повторне використання, перероблення, реновація»), а не споживанні. З огляду на це мережа культурних маршрутів є цінним туристичним активом, що спроможний залучати туристів і стимулювати економіку, захищати екологічну та культурну спадщину (Fafouti et al., 2023). Д. Ю. Рейндраваті (Reindrawati, 2023) розглядає проблеми участі громади в плануванні туризму в країнах, що розвиваються, серед яких операційні (відсутність доступу до інформації, ефективних структур прийняття рішень і дискусійних платформ, а також брак знань, прозорості та підзвітності), структурні (проблеми з бюджетом та освітою, неналагоджена співпраця з експертами з планування, слабкий розвиток громади) та культурні (історія колоніалізму, обізнаність і поінформованість громади, недовіра, розбіжності влади, нерівний розподіл витрат).

Українські дослідники, такі як Н. Гоблик-Маркович, І. Нестерук, Н. Скляр, О. Стрижак, Г. Тарасюк, В. Федоренко та ін., також звертаються до окресленої проблематики, але з позиції економікоцентризму, адже здебільшого в їхніх працях обговорюються питання бізнес-проектування, управління туристичним підприємством, проектування туристичного продукту в сучасних світових ринкових умовах тощо. Як приклад, визначення туристичного проекту в одному з навчальних посібників: «це створення нової туристичної пропозиції та її маркетингове, організаційне та фінансове обґрунтування з метою отримання прибутку та/або досягнення соціального ефекту» (Тарасюк та ін., 2020, с. 8). Тому й актуалізується проблема аналізу соціокультурного проектування на прикладі культурного туризму Кіровоградщини, щоб, по-перше, виправити ситуацію з «відірваністю» туристичного дискурсу від культурологічного та соціального контекстів, що зумовлює гегемонію економічного підходу, а, подруге, розкрити потенціал культурного туризму зазначеного регіону, здатного розв'язувати культуротворчі задачі.

■ Мета статті

Метою статті є розгляд ідеології соціокультурного проектування у сфері культурного туризму Кіровоградщини як інструменту регіональної культурної політики, спрямованої на задоволення культурно-пізнавальних потреб туриста, а також соціалізацію та інкультурацію учасників туристичних програм, що дає змогу вийти за межі економічного підходу. З цією метою у дослідженні використано антропологічний підхід, синтез соціально-психологічних, культурологічних і регіональних студій, проектну парадигму аналізу туризму як феномену культури.

■ Результати дослідження

Насамперед хотілося б окреслити важливий культурфілософський аспект, тісно пов'язаний з набуттям людиною статусу туриста та, на нашу думку, недостатньо відрефлексований у традиційній теорії та практиці організації туристич-

тичної діяльності. Йдеться про вихід за межі «своєї», «домашньої» культури до нової соціокультурної реальності, зумовлений новизною вражень, інформації, переживань і відчуттів, що пропонує туризм, і, як наслідок, зіставлення «свого» та «іншого», внаслідок чого в культурологічному сенсі відбувається залучення нової (непізнаної) культури в процесі подорожі до свого «життєвого світу», що закінчується збагаченням власного культурного досвіду (Richards, 2018; Ravar & Mahika, 2013; Amoiradis et al., 2021). Культурний туристичний досвід, як зазначають Г. Четін та А. Білгіхан (Cetin & Bilgihan, 2016), формується під впливом соціальної інтеракції, місцевої (локальної) автентики, обслуговування, культури/спадщини та викликів.

Діалектиці «свого» та «чужого» в теорії та практиці туризму не приділяється належної уваги, крім концепту «культурного шоку», який виникає в результаті конфлікту усталених або старих і нових культурних орієнтацій, що вирішується, на думку американського антрополога Ф. Бока (Bock, 1994), у межах чотирьох способів реалізації туристських програм: геттоїзація, асиміляція, проміжний варіант (культурний обмін і взаємодія) та часткова асиміляція. До них також можна додати культурну колонізацію, з якою, власне, переважно і пов'язана поява поняття «культурний туризм», що як проблема постала у 1990-х роках перед світовою спільнотою в контексті збереження культурного плюралізму та руйнівної ролі масового туризму як явища сучасного соціуму (Linehan et al., 2020).

В Україні, як і в багатьох країнах, що розвиваються (а ми ще й виборюємо свою незалежність зі зброєю в руках), наявні серйозні виклики, пов'язані з тим, наскільки зміст туристичної діяльності як виду культурної активності та способу її організації покладений в основу культурно-пізнавального потенціалу сучасних туристських програм. У більшості областей (за виключенням лідерів згідно з аналізом динаміки податкових надходжень у 1 кварталі 2023 р. — Львівщина, м. Київ, Закарпатська та Івано-Франківська області) ситуація з культурним туризмом складається не найкраща. Ключову роль у цьому, звісно ж, відіграє війна, яка поки що кардинально не змінила парадигму репрезентації культурного потенціалу регіонів, в яких він досить разючий. І досі особлива увага прикута до «атрактивності» або «екстриму» у поєднанні з комфортом і зручністю, а запропонована «мозаїчна» культурна інформація про окремих регіон здебільше є поверховою і виконує опцію додатка до різноманітних рекреаційних послуг, попит на які в Україні значно перевищує попит на культурні об'єкти (Бабікова, 2021). Зазвичай відвідувачів знайомлять з невеликою стандартною кількістю визначних пам'яток, які «розпіарені» через додаткові послуги: стилізовані під місцеву пам'ятку рекреаційні послуги, меню тощо. Натомість місцевий соціокультурний контекст туристського маршруту залишається неопрацьованим, що, як порівняти його з загальнонаціональним контекстом, не дає змогу туристам належним чином оцінити реальну культурну значущість тієї чи іншої пам'ятки, місцевого об'єкта, а також зіставити нове знання про місцеву спадщину з власним соціокультурним досвідом. Ось чому Л. Устименко і Н. Булгакова (2019) пишуть про «ефективність культурно-пізнавального туризму як способу забезпечення рекреаційно-дозвіллевих потреб людини» і наполягають на понятті «культурно-рекреаційний туризм».

У зв'язку з цим нагальним є завдання «матеріалізації» зазначених об'єктів та їхня актуалізація в культурній свідомості туристів у вигляді відповідних екскурсійно-туристичних маршрутів, що є носіями «духу місцевості», їхньої цифровізації, яка підсилює функціональність маршрутів як «соціальних репозиторіїв колективної місцевої пам'яті» (Jones et al., 2018). Це передбачає розгортання у регіонах відповідних досліджень і проєктів, які формують «культурний імідж» як основу туристських маршрутів області, що не потребує великих матеріальних затрат. Проте є декілька умов, які варто виконати:

1) пряма чи опосередкована соціокультурна діагностика особливостей учасників майбутнього туристського маршруту (їх культурні запити та художньо-естетичні орієнтації, специфіка образу життя, економічний статус і соціальні проблеми);

2) розробка сценаріїв туристських маршрутів, які враховують цю інформацію та специфіку об'єктів, а також соціально-культурних ситуацій у кореляції з особливостями клієнтів;

3) моделювання ймовірних маршрутів, що генерують образ майбутньої подорожі з урахуванням індивідуальних запитів та особливостей туристів;

4) виникнення неформальної спільності учасників маршруту завдяки інтеракціям, які плекають почуття причетності до пізнаних туристичних об'єктів, історичних подій, людей в межах туристської програми;

5) організація комунікації туристів після завершення маршруту, щоб обговорити враження, здійснити рефлексію отриманої інформації, а також з метою розробки планів і програм подальших маршрутів.

На Кіровоградщині підтвердженням зазначеної вище тези про важливість туристично-екскурсійних маршрутів є заповідник-музей І. К. Тобілевича (Карпенка-Карого) «Хутір Надія», «Раєвські — династія героїв», ландшафтний заказник «Монастирище», «Золотими стежками Ексампей» та ін. До речі, «Ексампей» або «Священні шляхи» — назва території між сучасним Кропивницьким і річкою Синюхою в часи Великої Скіфії, де, як зазначають сучасні дослідники, за свідченнями історика Геродота, було головне святилище скіфів. Активне використання соціокультурного образу регіону як козацької території — один з напрямів розвитку культурного туризму в Кіровоградській області, свідченням чого є проєкт «Кіровоградщина — земля козака Мамає», ініційований у 2014 р. Льотною академією Національного авіаційного університету на території Високобайрацької гімназії. Як зазначає І. Щоголева (2020, с. 126–127), доцільно в межах цього проєкту створити туристсько-екскурсійний маршрут «Високі Байраки — земля козака Мамає».

З огляду на це важливо виробити «метастратегію» розвитку культурного туризму в Кіровоградській області в єдиному проєктному полі, яка б врахувала усі міфологічні, інноваційні, історичні та соціально-правові «підстратегії», забезпечивши між ними органічний взаємозв'язок. Залежно від характеру маршруту, складу туристичних груп, особливостей соціокультурних об'єктів і пам'яток у межах цього проєктного простору може переважати окрема «підстратегія», але головне, щоб між ними залишався органічний взаємозв'язок у процесі опанування учасниками туристських програм культурних цінностей та об'єктів. Саме

така проектна метастратегія орієнтує туристичні програми на опосередковане сприйняття («ідеальну реальність»), що доповнює поведінкову активність туристів у фізичній реальності задля уникнення механістичності або зайвої раціоналістичності туристичного досвіду мандрівника в межах цих програм.

Враховуючи, що більшість подієвих заходів, які відбуваються на території Кіровоградщини, це заходи культурно-мистецького характеру (етнографічні та театральні свята, музичні фестивалі та конкурси хореографічного й вокально-хорового мистецтва), важливо визначитися з туристичним нарративом. Він буде в основі проектної метастратегії та туристського кластера Кіровоградщини, що дасть змогу виробити ефективні соціокультурні моделі. Озброївшись принципом адекватного позиціонування регіону, зазначимо, що туристичний нарратив Кіровоградщини допоможе організувати туристичну галузь регіону на основі об'єктів, що дійсно репрезентують реальні природні та культурно-історичні особливості краю, актуалізуючи прагнення туристів до трансформації свого культурного досвіду, виходу за межі звичної зони комфорту та розширення власних горизонтів сприйняття.

Ідеологія соціокультурного проектування детермінує моделі впровадження туристських програм. Мета проектування — якісна зміна змісту та структур цих послуг як складника соціокультурного проекту, що підвищує реальну соціальну ефективність туристських програм: їхній вплив на спосіб і стиль життя учасників туристських маршрутів, соціально-культурні орієнтації та запити, підвищення культури дозвілля, соціалізацію та соціальну адаптацію тощо. Соціокультурне проектування дає змогу уникнути жорстких алгоритмів організації туризму, які не враховують динаміку та варіативність соціокультурних процесів, а також ймовірні наслідки впливу цих процесів на життя мешканців регіону. Так, поряд із зазначеним проектом «Високі Байраки — земля козака Мамая» можна запропонувати ще кілька, як-от «Шляхами видатних вчених і винахідників», «Кропивницький літературний», «Кропивницький театральний», «Географічний центр України», «Сакральний центр Великої Скіфії», «Золотими стежками Ексампею», «Культурні перлини Поінгулля» та ін.

■ Висновки

Підсумовуючи зазначене, важливо зауважити, що аналіз теорії та практики організації культурного туризму в українській індустрії свідчить про переваги економікоцентризму на противагу перспективам розвитку та вдосконалення цього напрямку як соціокультурного феномену, простору інкультурації та соціалізації особистості. Попит на ринку туристських послуг на атрактивність і рекреації зменшує значущість чинника культурного іміджу місць проведення туристичних маршрутів, створення умов для збереження та розвитку культурної самоідентифікації багатьох соціальних груп через участь у туристичних маршрутах. Досвід впровадження ідеології соціокультурного проектування як основного інструменту «матеріалізації» визначних пам'яток та об'єктів Кіровоградщини, їх актуалізації в культурній свідомості туристів завдяки технологічним соціокультурним моделям підготовки туристських програм і відповідним екскурсійно-туристичним маршрутам сприяє засвоєнню різних «культурно-

семантичних проєкцій» виявленого «місця пам'яті» та формуванню особливої соціокультурної згуртованості учасників туристського маршруту як вторинної рефлексії та осмислення культурного значення туристської програми. Використання соціокультурного образу регіону як козацької території (проєкт «Кіровоградщина — земля козака Мамая») або головного святилища скіфів (проєкти «Сакральний центр Великої Скіфії» або «Золотими стежками Ексампею») активізує створення регіональних програм розвитку туризму, які враховують як необхідність збереження культурної спадщини в Кіровоградській та інших областях, так і модернізацію у соціально-економічному та культурному житті українських територій з метою появи реальної альтернативи нестримній комерціалізації галузі у XXI ст.

Серед перспективних напрямів подальших досліджень можна виокремити соціокультурну диференціацію пропонувананих туристичних послуг з урахуванням соціокультурних інтересів і запитів різних типів туристів, або проблему формування культурно-семантичного «ядра» туристських маршрутів, що визначає їх зміст, стратегію, характер туристичних об'єктів та пам'яток тощо.

■ Список посилань

- Бабікова, К. О. (2021). Методичні аспекти оцінювання ресурсного потенціалу рекреаційного туризму в контексті євроінтеграції України. *Агросвіт*, 13-14, 25–31. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.13-14.25>
- Тарасюк, Г. М., Рудківський, О. А., Мілінчук, О. В., & Лагута, Я. М. (2020). *Управління проєктами в туризмі*. Державний університет «Житомирська політехніка».
- Устименко, Л., & Булгакова, Н. (2019). Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 226–229. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2019.177521>
- Щоголева, І. (2020). Розробка нових туристсько-екскурсійних маршрутів як інструмент підвищення туристської привабливості Кіровоградської області. В *Пошуки туристської привабливості Кіровоградської області: наукові розвідки* (с. 123–127). Середняк Т. К.
- Amoiradis, Ch., Velissariou, E., & Stankova, M. (2021). Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: A Critical Analysis. *Journal of Social and Political Sciences*, 4(2), 10–21. <https://ssrn.com/abstract=3819816>
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32, 47–50.
- Bock, Ph. K. (1994). *Psychological Anthropology*. Praeger.
- Çalışkan, U. (2021). Critical review of the tourism planning history of Turkey. In A. S. İköz (Ed.), *Tourism in Turkey: A Comprehensive Overview and Analysis for Sustainable Alternative Tourism* (pp. 27–44). Apple Academic Press. <https://doi.org/10.1201/9781003084235>
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Fafouti, E. A., Vythoulka, A., Delegou, T. E., Farmakidis, N., Ioannou, M., Perellis, K., Giannikouris, A., Kampanis, A. N., Alexandrakis, G., & Moropoulou, A. (2023).

- Designing Cultural Routes as a Tool of Responsible Tourism and Sustainable Local Development in Isolated and Less Developed Islands: The Case of Symi Island in Greece. *Land*, 12(8), 1590. <https://www.mdpi.com/2073-445X/12/8/1590>
- Jones, E. C., Severo, M., & Guido, D. (2018). Socio-spatial visualisations of cultural routes: Exploring collective memory on Instagram. *Netcom*, 32(3/4), 305–330. <https://doi.org/10.4000/netcom.3674>
- Linehan, D., Clarke, I., & Xie, P. F. (2020). Introduction. In *Colonialism, Tourism and Place: Global Transformations in Tourist Destinations* (pp. 1–11). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789908190>
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27(1), 159–170. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.004>
- Ravar, A. S., & Mahika, C. (2013). What Motivates Cultural Tourists? An Analysis Of Bucharest Inhabitants' Motivation To Visit The Centre Region. *Annals of Faculty of Economics*, 1(1), 825–834.
- Reindrawati, Y. D. (2023). Challenges of community participation in tourism planning in developing countries. *Cogent Social Sciences*, 9(1), Article 2164240. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2164240>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Smith, B., & Ripp, M. (2020). Guidelines for sustainable cultural tourism. A Unique Opportunity for Change Post Covid-19. In K. Luger, & M. Ripp (Eds.), *World Heritage, Place Making and Sustainable Tourism: Towards Integrative Approaches in Heritage Management*. StudienVerlag. <http://www.historic-towns.org/wp-content/uploads/2020/07/Guidelines-for-Sustainable-Cultural-Tourism-2020-1.pdf>
- Zhong, L., Deng, J., Song, Z., & Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92(11), 2972–2983. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>

References

- Amoiradis, Ch., Velissariou, E., & Stankova, M. (2021). Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: A Critical Analysis. *Journal of Social and Political Sciences*, 4(2), 10–21. <https://ssrn.com/abstract=3819816> [in English].
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32, 47–50 [in English].
- Babikova, K. O. (2021). Metodichni aspekty otsiniuvannia resursnoho potentsialu rekreatsijnoho turizmu v konteksti yevrointehratsii Ukrainy [Methodical aspects of assessing the resource potential of recreational tourism in the context of Ukraine's European integration]. *Agrosvit*, 13-14, 25–31. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.13-14.25> [in Ukrainian].
- Bock, Ph. K. (1994). *Psychological Anthropology*. Praeger [in English].
- Çalışkan, U. (2021). Critical review of the tourism planning history of Turkey. In A. S. İköz (Ed.), *Tourism in Turkey: A Comprehensive Overview and Analysis for Sustainable Alternative Tourism* (pp. 27–44). Apple Academic Press. <https://doi.org/10.1201/9781003084235> [in English].

- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595> [in English].
- Fafouti, E. A., Vythoulka, A., Delegou, T. E., Farmakidis, N., Ioannou, M., Perellis, K., Giannikouris, A., Kampanis, A. N., Alexandrakis, G., & Moropoulou, A. (2023). Designing Cultural Routes as a Tool of Responsible Tourism and Sustainable Local Development in Isolated and Less Developed Islands: The Case of Symi Island in Greece. *Land*, 12(8), 1590. <https://www.mdpi.com/2073-445X/12/8/1590> [in English].
- Jones, E. C., Severo, M., & Guido, D. (2018). Socio-spatial visualisations of cultural routes: Exploring collective memory on Instagram. *Netcom*, 32(3/4), 305–330. <https://doi.org/10.4000/netcom.3674> [in English].
- Linehan, D., Clarke, I., & Xie, P. F. (2020). Introduction. In *Colonialism, Tourism and Place: Global Transformations in Tourist Destinations* (pp. 1–11). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789908190> [in English].
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27(1), 159–170. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.004> [in English].
- Ravar, A. S., & Mahika, C. (2013). What Motivates Cultural Tourists? An Analysis Of Bucharest Inhabitants' Motivation To Visit The Centre Region. *Annals of Faculty of Economics*, 1(1), 825–834 [in English].
- Reindrawati, Y. D. (2023). Challenges of community participation in tourism planning in developing countries. *Cogent Social Sciences*, 9(1), Article 2164240. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2164240> [in English].
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005> [in English].
- Shchoholieva, I. (2020). Rozrobka novykh turystsko-ekskursiinykh marshrutiv yak instrument pidvyshchennia turystskoi pryvablyvosti Kirovohradskoi oblasti [The development of new tourist and excursion routes as a tool for increasing the tourist attractiveness of the Kirovohrad region]. In *Poshuky turystskoi pryvablyvosti Kirovohradskoi oblasti: naukovy rozvidky* [Search of tourist attractiveness of Kirovohrad region: scientific explorations] (pp. 123–127). Seredniak T. K. [in Ukrainian].
- Smith, B., & Ripp, M. (2020). Guidelines for sustainable cultural tourism. A Unique Opportunity for Change Post Covid-19. In K. Luger, & M. Ripp (Eds.), *World Heritage, Place Making and Sustainable Tourism: Towards Integrative Approaches in Heritage Management*. StudienVerlag. <http://www.historic-towns.org/wp-content/uploads/2020/07/Guidelines-for-Sustainable-Cultural-Tourism-2020-1.pdf> [in English].
- Tarasiuk, H. M., Rudkivskiy, O. A., Milinchuk, O. V., & Lahuta, Ya. M. (2020). *Upravlinnia proektamy v turyzmi* [Project management in tourism]. Zhytomyr Polytechnic State University [in Ukrainian].
- Ustymenko, L., & Bulhakova, N. (2019). Kulturno-rekreatsiini potreby v konteksti rozvytku turyzmu [Cultural and Recreational Requirements in the Context of the Development of Tourism]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 226–229. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2019.177521> [in Ukrainian].

Zhong, L., Deng, J., Song, Z., & Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92(11), 2972–2983. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011> [in English].

■ CULTURAL TOURISM OF THE KIROVOHRAD REGION: IDEOLOGY OF SOCIO-CULTURAL PROJECTING

■ Valerii Osieivskyi

■ Lecturer,

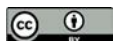
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-5123-3723

e-mail: lerzzzos@gmail.com

The aim of the article is to examine the ideology of socio-cultural projecting in the field of cultural tourism in the Kirovohrad region as an instrument of a regional cultural policy aimed at meeting the cultural and cognitive needs of tourists, as well as the socialisation and inculturation of participants in tourist programmes. *Results of the research.* The article states the problem that within the theory and practice of organising cultural tourism in the Ukrainian industry and in the Kirovohrad region, economic guidelines prevail, and in the market of tourist services — attractiveness and recreation, which devalues the factor of the cultural image of tourist destinations and the creation of conditions for the preservation and development of cultural self-identification of social groups through participation in tourist routes. *Scientific novelty* of the research lies in the fact that, for the first time in Ukrainian cultural studies, the peculiarities of the cultural potential of project activities in the field of cultural tourism are revealed on the example of the Kirovohrad region. *Conclusions.* The introduction of the ideology of socio-cultural projecting within the framework of cultural tourism in the Kirovohrad region emphasises its potential as the main tool for «materialising» the region's attractions and objects and actualising them in the cultural consciousness of tourists through technological socio-cultural models of preparing tourist programmes and corresponding excursion and tourist routes. The use of the socio-cultural image of the region as a Cossack territory ("Kirovohrad Region is the Land of Cossack Mamai" project) or the main Scythians sanctuary ("Sacred Centre of Great Scythia" or "Golden Paths of Exampaeus" projects) will intensify the creation of regional tourism development programmes that take into account both the need to preserve cultural heritage in Kirovohrad and other regions and modernisation in the socio-economic and cultural life of Ukrainian territories to create a real alternative to the unrestrained commercialisation of the industry in the 21st century.

■ **Keywords:** Kirovohrad region; cultural tourism; socio-cultural projecting; cultural image; project meta-strategy; tourism programmes; socio-cultural region image



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293790

УДК 654.197:316.7]:130.2

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ФАКТОР КУЛЬТУРОГЕНЕЗУ: ОСМИСЛЕННЯ В ТЕРМІНАХ ТЕОРІЇ КУЛЬТИВАЦІЇ

Ігор Печеранський

Доктор філософських наук, професор,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0003-1443-4646

e-mail: ipecheranskiy@ukr.net

Для цитування:

Печеранський, І. (2023). Телебачення як сучасний фактор культурогенезу: осмислення в термінах теорії культивування. *Питання культурології*, 42, 229–242. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293790>

Мета статті — проаналізувати та осмислити крізь призму теорії культивування феномен телебачення як важливого сучасного фактора культурогенезу. *Результати дослідження*. Спираючись на теорію культивування, доведено, що телебачення, з одного боку, є спітворцем масової або попкультури, інформаційного суспільства, постмодерну, «суспільства знань» тощо, а з іншого, воно заклало не менш руйнівні та деструктивні важелі в основу сучасного культурного простору, коли йдеться про соціальний капітал, особистісний і міжособистісний розвиток, культурну комунікацію, соціальні зв'язки, родинні цінності. *Наукова новизна* дослідження полягає у тому, що вперше в українській культурології розкрито зв'язок між телебаченням і культурогенезом, а також за допомогою теорії культивування та підходів інших медіадослідників продемонстровано амбівалентну (тобто позитивно-негативну) роль телебачення в культурно-онтологічному процесі. *Висновки*. Сьогодні телебачення залишається одним із найпотужніших сучасних засобів мас-медіа, яке сприяє більшій відкритості та демократизації світу, а також впливає на мільйони та мільярди людей. Теорія культивування та сучасні медіадослідження допомагають виявити ризики, пов'язані з «проживанням» людей у символічно-медійному телесвіті: конгруентність телеконтенту життю настільки, що сучасні люди часто втрачають власний зв'язок з реальністю; маніпулювання поведінкою та свідомістю глядачів за допомогою мейнстрімінгу; персоналізація теплоти та фрагментація аудиторії; масовізація та атомізація культури, втрата нею статусу соціального інтегратора; «телегенічність» у зв'язку з «мозаїчністю» повідомлення; зеппінг як додатковий антропогенний фактор, що стимулює розвиток «кліпової свідомості» всупереч аналітичному та критичному мисленню (ця проблема особливо загострюється з появою ТікТок) тощо. Ці ризики є ознакою пермакризи в сучасній економіці та культурі, зумовленої, зокрема, розвитком і поширенням телевізійних технологій.

Ключові слова: телебачення; культурогенез; теорія культивуваці; інформаційна культура; масова культура; мейнстрімінг; телегенічність; зеппінг

Вступ

Такі знайомі та часто застосовувані сьогодні терміни «медіареальність», «медіакультура», «екранна культура» та ін., як, власне, і ті феномени, що вони позначають, своєю появою здебільшого завдячують розвитку телебачення (далі — ТБ), яке є одним із потужних драйверів культурогенезу у XX та XXI ст. Починаючи з 1930–1950-х рр., — продажі механічних телевізорів з 1928 по 1934 рік у Великобританії, Франції, США і СРСР; перший серійний телевізор Дж. Берда та перший електронний телевізор масового виробництва RCA 630-TS; виготовлення та поширення електронних телевізорів з електронно-променевими трубками компанією Telefunken у Німеччині з 1934 р.; різке зростання й масове виготовлення телепристроїв на Заході після Другої світової війни — якщо у 1946 р. лише 0,5 % домогосподарств Сполучених Штатів мали телевізор, то у 1954-му вже 55,7 %, а у 1962-му — 90 %, як і у Британії в 1947 р. було 15 тис. телевізійних домогосподарств, у 1952-му — 1,4 млн, а у 1968-му — 15,1 млн (Robbins et al., 2022, р. 303), — і до сьогодні (інтернет-ТБ, інтерактивне ТБ, реаліті-шоу тощо) відбувається *телевізійна трансформація реальності*. Осмислюючи її, Р. Бредбері у романі «451 градус за Фаренгейтом» описує світ людей, які живуть в екранному просторі та повністю заперечують книги до цілковитої їх анігіляції, а Ж. Бодрійяр (Baudrillard, 2012) у статті «Війни в Перській затоці не було» виголошує: «Я живу в віртуальному. Поверніть мене до реальності, і я не знатиму, що робити».

У сучасному суспільстві ТБ у різних його форматах і модусах, як відомо, залишається потужним і найважливішим видом мас-медіа, зберігаючи свій вплив на різні сфери його життя, на процеси антропосоціогенезу та культурогенезу в цілому. ТБ, конструюючи світ, «реальніший за саму реальність», прагне стати єдиним інструментом його пізнання згідно з медійними законами. Телевізійна трансформація реальності має свою логіку розвитку та просторово-темпоральні характеристики, де технологічний детермінізм обертається на «семіологічний детермінізм» (Kellner, 1994, р. 3). Це пояснює його конститутивну роль щодо таких важливих явищ, як інформаційне суспільство та культура постмодерну, масова та попкультура, глобалізація та вестернізація світової культури та ін. Вивчення та рефлексія розвитку «зрілого» ТБ на початку 1960-х рр., коли воно поступово перетворилося на головний засіб масової інформації, завершилися появою *теорії культивуваці* (Cultivation theory), яку у 1969 р. сформулював американський вчений угорського походження Джордж Гербнер (Gerbner, 1969), і надалі розширив сценарист Ларрі Гросс (Perega, 2023).

Аналіз попередніх досліджень

Тема впливу ТБ на соціум та культуру досліджувалася і продовжує активно дискутуватися в науковій літературі в різних аспектах. Вона була предметом розгляду таких зарубіжних вчених, як Р. Вільямс, Ю. Габермас, П. Лазарсфельд, Г. Лассвелл, Р. Макамані, М. Маклюен, Р. МакДональд, Р. Мертон, Р. Сільвер-

стоун, Г. Шиллер та ін. Становлення глобальної культури крізь призму новітніх інформаційних технологій, особливості культури в соціумі постмодерну та роль, яку відіграє у цьому ТБ, проаналізовані у працях Т. Адорно, В. Бека, Ф. Вебстера, Ж. Бодрійяра, П. Бурдьє, Е. Гідденса, П. Дракера, М. Кастельса, Ф. Маклула, Д. Нейсбітта, Е. Тоффлера та ін. З останніх розвідок, присвячених цій проблематиці, варто зацентувати на роботи Дж. Гатчінсона (Hutchinson, 2015) про вплив соціального ТБ на національну політичну культуру, С. Тузела та Р. Гоббса (Tuzel & Hobbs, 2017) про використання соціальних медіа для розвитку кроскультурного розуміння, Д. Каракартала (Karakartal, 2021) про соціальні трансформації, спричинені кіно та ТБ, ґрунтовне емпіричне дослідження таких авторів, як Т. Тірасавасдічай, Б. Обренович і Х. З. Х. Альшаріф (Tirasawasdichai et al., 2022), присвячене вивченню впливу телесеріалів на культурні знання на прикладі медіакультури Китаю та Таїланду та ін. Серед українських авторів, які приділяють цій темі увагу, означимо праці О. Прудникової (2017), Т. Кравченко (Kravchenko, 2018), В. Жукова (2020), Г. Кот (2021) та ін. Більшість з цих розвідок, як і чимало в зарубіжній науці, акцентують на психологічних чинниках і метаморфозах соціальної свідомості під впливом ТБ та медіа, проте майже відсутні комплексні дослідження *культурно-генетичних аспектів* ТБ з урахуванням сучасних викликів і реалій, що свідчить про актуальність представленої статті.

■ **Мета статті**

Мета статті — проаналізувати та осмислити крізь призму теорії культивуваці феномен телебачення як важливого сучасного фактора культурогенезу.

■ **Результати дослідження**

Перш ніж почати розгляд особливостей формування важливих культурних феноменів і тенденцій сучасності під впливом ТБ, потрібно схарактеризувати інструментарій, тобто розкрити потенціал теорії культивування та методологію, що буде апробована в межах цього культурологічного дослідження. Дж. Браянт і Д. Мірон (Bryant & Mirion, 2004), переглянувши майже 2000 статей з 1956 р., опублікованих у трьох найкращих журналах, присвячених проблемами масової комунікації, виявили, що теорія культивування є третьою за популярністю «культуральною теорією», а Дж. Поттер (Potter, 2014) влучно зауважив евристичний потенціал цієї теорії — макросистемне пояснення процесів та ефектів мас-медіа Дж. Гербнером і модель операційної практики, що розкриває зв'язок між телевізійним впливом і широким спектром індикаторів культивування, що дають змогу виходити за межі гербнерівської моделі та застосувати цей аналіз до більш загальних і варіативних культурно-комунікативних об'єктів.

В основі теорії культивування три типи аналізу: аналіз інституційного процесу (які установи підтримують і поширюють відповідний контент), аналіз системи повідомлень (визначення змісту шаблонів повідомлень на ТБ та в ЗМІ) та аналіз культивування (лонгітюдні опитування думок людей щодо певних тем, де ключовим є рівень сприйняття медіа). Розробляючи теорію культивування як спосіб верифікації впливу ТБ на глядачів, зокрема, як насильницький контент у медіа змінює людей, Дж. Гербнер заклав у ключове положення не лише когнітивні,

але й онтогенетичні параметри: чим більше часу люди «проживають» у теле-світі, тим більша ймовірність віри в те, що соціальна реальність узгоджується з реальністю, зображеною на телеекрані (Riddle, 2009; Settle, 2018). Намагаючись заповнити певні «прогалини» у своєму досвіді під час перегляду ТБ, глядачі починають виробляти моделі поведінки та організаційні принципи дії, тобто, мовою П. Бурдьє, «габітус» під впливом телеконтенту, що набуває для багатьох статусу об'єктивної реальності та впливає на зміну культурних патернів. Можливо, саме тому Р. Вест і Л. Тернер (West & Turner, 2017) кваліфікують окреслену теорію як позитивістську філософську концепцію.

ТБ, на думку Дж. Гербнера, є механізмом соціальної інтеграції й у такий спосіб стандартизує ролі та поведінку людей, через що функціонує як частина процесу інкультурації (Griffin, 2012). Інтенсивне споживання телевізійного контенту спричиняє ефекти мейнстрімінгу (телеглядачі з різних груп розвивають спільне бачення світу через вплив однакових образів та ярликів), «blurring» або розмивання (злиття традиційних відмінностей), «blending» чи міксування (поява нових концепцій у культурному мейнстрімі ТБ), «bending» або «згинання» (зміщення мейнстріму в бік інституційних інтересів медіа та його спонсорів), а також «резонансу», коли телевізійний контент конгруентний життєвим реаліям (Gerbner et al., 1980).

Реагуючи на критику, — теорія культивування більше зосереджується на ефектах і причинах, а не на систематизації нормативних даних; плюралізм насилля на ТБ доводить, що воно не відповідає за формування стандартизованого сприйняття реальності; дослідження Дж. Гербнера не враховує життєвий досвід тих, хто живе в районах з високим рівнем злочинності, — Дж. Гербнер і Л. Гросс розширили свою теорію за допомогою основних припущень:

- по-перше, ТБ принципово відрізняється від інших форм мас-медіа;
- по-друге, теорія припускає зв'язок між страхами людей і впливом телепрограм із насильницьким контентом, що призводить до появи синдрому злого світу (Mean World Syndrome) та доволі часто формує спотворене уявлення про реальний світ;
- по-третє, попри сталий характер впливу ТБ, він також обмежений, оскільки сам цей вид мас-медіа є частиною більшої соціокультурної системи (Gerbner et al., 1978).

Так, теорія культивування передбачає три порядки впливу: перший — опис зміни поведінки людей під впливом ЗМІ; другий — охоплює цінності та ставлення глядачів залежно від специфіки та характеру контенту; третій — опис зміни поведінки глядача в процесі спостереження (Stein et al., 2021).

Сьогодні в лексиконі різних груп науковців та інтелектуалів поширеними й загальноживаними є терміни «епоха постіндустріальної цивілізації» (Д. Белл), «суспільство знань» (П. Друкер), «суспільство третьої хвилі» (Е. Тоффлер) або «інформаційне суспільство». Ця епоха, пов'язана з розвитком електроніки та цифрових технологій, характеризується становленням і функціонуванням, за словами Е. Тоффлера, «суперсимволічної системи», де ключову роль відіграє поширення інформації за допомогою ТБ та інтернету, яким і завдячує своєю появою інформаційна культура (Curry & Moore, 2003; Choo, 2013; Vick et al., 2015).

Цифрове та інтернет-ТБ у XXI ст. продовжує чинити вагомий вплив на процеси культуро- та антропогенезу, з одного боку, трансформуючи сучасну соціокультурну реальність, а з іншого — формуючи власного споживача-глядача, його смаки, картину світу та систему цінностей. У доповіді «Найдивовижніша статистика та тенденції телевізійної реклами у 2023 році» (Gitnux, n.d.) американські вчені дійшли висновку, що телеіндустрія, на прикладі телевізійної реклами, і нині залишається головною рушійною силою світової економіки, попри зміну звичок перегляду та зростання конкуренції з боку цифрових медіаплатформ (за їх оцінками, світові витрати становитимуть \$179,25 млрд станом на 2023 р.). А дослідницький відділ компанії Statista прогнозує, що кількість телеглядачів у сегменті «традиційного ТБ та домашнього відео» у світі зростатиме між 2024 і 2027 рр. загалом на 0,2 млрд користувачів (+3,66 %) і після дев'ятого року поспіль показник досягне позначки у 5,69 млрд, що буде новим піком (Statista, 2023).

Наведені дані лише переконують у тому, що ми продовжуємо перебувати в інформаційній культурі, в якій ТБ виконує інформативну, сенсоутворюючу, культурно-просвітницьку та пізнавально-рекреативну функції. Сучасна культура складається не лише з засвоєних і сформованих цінностей, але й генерується медіа, з-поміж яких ТБ, що є механізмом поширення цих цінностей. Водночас не потрібно забувати і про антропогенний вплив ТБ, який, про що раніше зазначав М. Маклюєн, полягає у збільшенні швидкості сприйняття та обробки інформації, у посиленні мозаїчності свідомості та порушенні каузальних зв'язків, що послаблює здатність до прогнозування майбутнього та ініціює міфологізацію мислення (McIlwraith, 1994). Зі схожими викликами можна зіштовхнутись і в інтернет-середовищі, де вчені, осмислюючи підхід М. Маклюєна, акцентують на потребі збереження ratio завдяки правильному використанню мережевих платформ, що передбачає створення гармонійного мережевого середовища (Tian, 2023).

У контексті мозаїчності ТБ не створило нічого нового, а лише посилило вже наявну в мас-медіа тенденцію: мозаїчний характер мало радіомовлення, що проявлявся як на рівні організації програми в цілому, так і під час організації окремих передач, особливо новинних. Інша річ, що ТБ завдяки інтенсивнішим переглядам та ефекту мейнстримінгу створює для адресата ілюзію майже повного відтворення дійсності, що «захоплює глядача» та культивує телевізійне світосприйняття (Hawkins et al., 1987). Особливу роль у цьому відіграли й продовжують відігравати, по-перше, багатосерійні телефільми, або, так звані «мільні опери», які вражають тривалістю та «тримають» біля екранів десятки й сотні мільйонів глядачів з усього світу (як-от: «Coronation Street», «All My Children», «One Life to Live», «Baywatch» або «Baywatch Hawaii» та ін.), а, по-друге, це деструктивний вплив вищезгаданої телереклами, яка втручається в «тканину» кінострічки, порушує режисерський задум, руйнує цілісність наративу та послаблює емоційний вплив фільму. Оскільки фільми є певною імітацією життя, то ці «розриви» глядачі часто екстраполюють і на реальність, що відображається на способі життя та культурі поведінки. Особливо, якщо згадати інноваційні методи рекламодавців, орієнтовані на підліткову аудиторію, деякі з яких мають

тривалий психологічно-поведінковий вплив, що виражається в агресії, матеріалізмі, конфлікті батьків і дітей, незадоволеності власним тілом, алкоголізмі та наркозалежності, депресії та наслідуванні персонажів, зображених у рекламі (Ramesh, 2018, р. 673).

Не виключено, що все це є результатом нашого існування, як наголошував Ф. Вебстер (Webster, 2014), у медіанасиченому середовищі, коли ми атаковані знаками з усіх сторін, ми самі себе створюємо зі знаків й не маємо змоги позбутися їх, що все ж призводить до колапсу сенсу. Аналогічну думку висловив свого часу і Ж. Бодріяр (2004) у праці «Символічний обмін і смерть»: «Ми знаходимося у всесвіті, де все більше й більше інформації, і все менше й менше сенсу... Ми перебуваємо у світовому екрані. Наша присутність змішується з плином образів і знаків, наш дух розчиняється в надінформації і постійному поглинанні актуальності, яка й керує сьогоденням» (Заїковський, 2019).

Популярність ТБ сприяла цьому, оскільки його експлуатація глядачами не потребує від них високого рівня грамотності. Вплив екранного образу на масову свідомість неможливо переоцінити, що відводить ТБ одну з пріоритетних ролей у розвитку масової культури та інтенсифікації процесів культурної глобалізації. Погоджуюсь з думкою Н. Літінської (2019): «Значущість феномена телебачення в культурно-онтологічному процесі [курсив мій — І.П.] ... в тому, що новий спосіб комунікації сприяв стрімкому зростанню масової свідомості, загостренню інтересу дослідників до візуального образу, що призвело до "візуального повороту", широкому розвитку масової культури, яка завдяки телебаченню стала загальносвітовим явищем» (с. 39–40).

У книзі «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини» М. Маклюен (McLuhan, 1967) запропонував окремий термін «*телегенічність*» (telegenicity) як особливу форму презентації телевізійного повідомлення, що сильно впливає на глядача, а також перешкоджає йому мислити раціонально і критично. Головною рисою «телегенічності» є та сама «мозаїчність» повідомлення, завдяки якій ТБ формує глядача та власного споживача — масову людину, вносячи коректури в процеси антропо- та культурогенезу. Як зазначав канадський вчений, у стані регулярного й тривалого інформаційного перенасичення, в якому живе та перманентно перебуває сучасна людина, вона не має іншої альтернативи, як все сприймати стереотипно. А оскільки до кінця ХХ ст. роль мас-медіа і, особливо, ТБ як ретранслятора основного масиву зразків поведінки лише зростає, то цілком закономірними є спроби трактувати мозаїчність як принцип організації дискурсу в постмодерній електронній культурі (Семенець, 2011), чи як фокус аналізу образної системи екранних мистецтв (Мусієнко, 2020).

Цікаві тенденції помітив свого часу директор-засновник Bleier Center for Television and Popular Culture Роберт Джеймс Томпсон, які є показовими з позиції культурогенезу. Якщо до кінця 1980-х рр. у США була сформована найбільша масова аудиторія в історії людства завдяки споживанню «міксованого» медіаконтенту, то в наступному десятилітті через різноманіття телевізійного контенту та стихійної індивідуалізації у споживанні телепродукції відбулися розкол і фрагментація аудиторії, що підтверджується значним падінням кількості глядачів великих загальнонаціональних телекомпаній та явним зростанням ролі

місцевого мовлення. Цю фрагментацію або, як він ще її називає, «балканізацію» Р. Томпсон пов'язує з появою кабельного ТБ й визначає подібні тенденції в межах контркультури, яка з монолітної течії у 1960–1970-х рр. перетворилася на безліч дрібних і тому маловідомих напрямів під кінець століття. На прикладі таких розвинених країн, як Сполучені Штати Америки, помітно, що фрагментація телевізійних смаків людей із різних соціальних груп деформувала масову культуру, яка втратила свій статус «соціального клею» і перетворилася на інструмент нищення сім'ї, кожен член якої бажав дивитися щось своє. Тобто родина може жити під одним дахом і не мати спільної культури (Marc & Thompson, 2004). Ця проблема продовжує бути актуальною й у XXI ст., особливо з огляду на вплив і поширення телевізійної реклами (Gunardi et al., 2023).

Індивідуалізацію поведінки глядача та персоналізацію телепоту підсилює зеппінг (zapping) — практика швидкого перемикання телеканалів або радіочастот з метою пошуку цікавого для перегляду або прослуховування контенту (Jenkins, 2006). Стрімке поширення та масовий характер цієї практики як особливого соціокультурного явища визначається детермінацією з боку волі та бажання самого глядача, тобто укорінюється в глибинах свідомості та психіки. Завдяки зеппінгу глядач може формувати складніший, вже індивідуальний і нелінійний телепотік. Аналогічне відбувається під час занурення людини у світ інтернету та в процесі сприйняття інтерактивних художніх творів і гіпертекстової літератури, як характерної риси культури постмодерну. І тут на допомогу приходить досвід посткласичної філософії (філософії життя, екзистенціалізму, феноменології), озброївшись яким, можна глибше дослідити зеппінг через категорії «життєвого потоку» та «потоку переживань», який, власне, і лежить в основі цієї практики. Філософський аналіз «потоку переживання» дає змогу краще пізнати сутність зеппінгу, який пов'язаний із нелінійною організацією процесу мислення, що має бути предметом окремого ґрунтового дослідження.

Також поява інтерактивного ТБ є новим кроком у вивченні зеппінгу, адже йдеться про таку послугу, як телегід (Electronic Program Guide, EPG або Electronic Service Guide, ESG), що дає змогу телеглядачам і радіослухачам вибудовувати власну траєкторію та навігацію в межах інформаційного меню, вибираючи та відкриваючи програми за часом, назвою, каналом або жанром за допомогою клавіатури чи пульта дистанційного керування (An example of a computer program, 2016). Так відбулася максимальна персоналізація телепоту, яка відіграла свою роль у становленні того, що З. Бауман (Bauman, 2001) назвав «індивідуалізованим суспільством», яке характеризується відмовою від довгострокової ментальності на користь короткострокової, запереченням механізмів соціального контролю, які підміняються особистими бажаннями, безсиллям інститутів колективних політичних дій і розпадом суспільних зв'язків. Соціум в умовах подібних тривалих трансгресій, на його думку, вступив на територію, яку культура в минулому вважала непридатною для життя (Middlemiss, 2014).

Висновки

Як відомо, 21 листопада резолюцією A/RES/51/205 Генеральної Асамблеї ООН від 17 грудня 1996 р. визначено Всесвітнім днем ТБ. Світ визнав його вплив

на процесі ухвалення рішень, економіку та соціокультурний поступ переважно більшості країн, а також, що розвиток ТБ, як одного з найпотужніших сучасних засобів мас-медіа, і дедалі більше його поширення у всіх регіонах нашої планети сприяє більшій відкритості та демократизації світу. Водночас, спираючись на теорію культиватації, вдалося з'ясувати, що ТБ, з одного боку, є співтворцем наявного культурного простору, того, що заведено називати масовою або попкультурою, інформаційним суспільством, постмодерном, «суспільством знань» тощо, а з іншого — воно ж заклало не менш руйнівні та деструктивні важелі в основу цього простору, коли йдеться про соціальний капітал, особистісний та міжособистісний розвиток, культурну комунікацію, соціальні зв'язки, родинні цінності та ін. Сучасне суспільство більше можна вважати індивідуалістичним, «ліквідним» і гедоністичним, аніж суспільством «гармонійної комунікації», про що мріяв М. Маклюен, і в цьому теж заслуга ТБ. Конгруентність телеконтенту життю настільки, що сучасні люди часто втрачають власний зв'язок із реальністю; маніпулювання поведінкою та свідомістю глядачів за допомогою мейнстримінгу; персоналізація телепотоків та фрагментація аудиторії; масовізація та атомізація культури, втрата нею статусу соціального інтегратора; «телегенічність» у зв'язку з «мозаїчністю» повідомлення; зеппінг як додатковий антропогенний фактор, що стимулює розвиток «кліпової свідомості» всупереч аналітичному та критичному мисленню (ця проблема особливо загострюється з появою TikTok) — ці та інші ризики є ознакою пермакризи в економіці та культурі XXI ст., не в останню чергу спричиненої ТБ.

Перспективними напрямами подальших досліджень можуть бути питання впливу ТБ на вестернізацію та глобалізацію культури, коеволюції телеіндустрії та е-культури на сучасному етапі, взаємозв'язку інтернетизації новітнього ТБ та медіакультурних трендів, а також більш поглибленого та комплексного аналізу теорії культиватації Гербнера-Гросса, разом з її критикою щодо подальшої апробачії в межах українських культурологічних студій.

■ Список посилань

- Бодріяр, Ж. (2004). *Символічний обмін і смерть* (Л. Кононович, пер.). Кальварія.
- Жуков, В. (2020). Культурні наслідки впливу «реаліті-шоу» на масову свідомість: формотворчий аспект. *Colloquium-journal*, 6(58), 12–21.
- Заїковський, С. (2019, 18 серпня). Ален де Бенуа: Жан Бодріяр, або зникнення реальності. *Пломінь*. https://plomin.club/alain-de-benoit-jean-baudrillard-or-the-disappearance-of-reality/#_ftn3
- Кот, Г. М. (2021). Медійний вплив телевізійних форматів на свідомість телеглядача. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 111–115.
- Літінська, Н. (2019). Телебачення як інструмент трансформації свідомості сучасної людини. *Грані*, 22(6), 31–41.
- Мусієнко, О. (2020). Постмодернізм: методологічні стратегії. *Художня культура. Актуальні проблеми*, 16(1), 31–38.
- Прудникова, О. В. (2017, 22–23 листопада). Вплив телебачення на формування інформаційної культури регіонів України. В *Регіональна політика: історія, політико-правові засади, архтектура, урбаністика* [Матеріали конференції]

- (Вип. 3, ч. 1, с. 48–53). Бескиди. <https://repository.knuba.edu.ua/items/cb4fa9ec-b20f-48fa-95e4-5082f90c26fe>
- Семенець, О. (2011). Мозаїчний принцип дискурсивної організації в постмодерній електронній культурі. *Наукові записки Луганського національного університету. Серія «Філологічні науки», 2(34), 320–326.*
- An example of a computer program to export Internet-derived data from an EPG (DigiGuide) to set timers on a PVR (Topfield). (2016, 15 April). *Lineone.net*. <https://web.archive.org/web/20160415070640/http://website.lineone.net/~rwein/toppy/toppy.htm>
- Baudrillard, J. (2012). *The gulf war did not take place*. Power Publications.
- Bauman, Z. (2001). *The individualized society*. Polity.
- Bryant, J., & Mirion, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication, 54(4), 662–704*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x>
- Choo, C. W. (2013). Information culture and organizational effectiveness. *International Journal of Information Management, 33(5), 775–779*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.05.009>
- Curry, A., & Moore, C. (2003). Assessing information culture—an exploratory model. *International Journal of Information Management, 23(2), 91–110*. [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(02\)00102-0](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(02)00102-0)
- Gerbner, G. (1969). Toward «cultural indicators»: the analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication Review, 17(2), 137–148*.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1978). Cultural indicators violence profile no. 9. *Journal of Communication, 28(3), 176–207*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01646.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The «Mainstreaming» of America: violence profile No. 11. *Journal of Communication, 30(3), 10–29*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Gitnux. (n.d.). *The most surprising television advertising statistics and trends in 2023*. <https://blog.gitnux.com/television-advertising-statistics/>
- Griffin, E. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Gunardi, A., Mathur, S., & Jusuf, E. (2023). Television advertisements: children's pestering power influence on parents buying behaviour. *International Journal of Professional Business Review, 8(4), e01852*. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1852>
- Hawkins, R. P., Pingree, S., & Adler, I. (1987). Searching for cognitive processes in the cultivation effect adult and adolescent samples in the United States and Australia. *Human Communication Research, 13, 553–557*.
- Hutchinson, J. (2015). The impact of social TV and audience participation on National Cultural Policy: co-creating television comedy with #7DaysLater. *Communication, Politics & Culture, 47(3), 21–33*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press.
- Karakartal, D. (2021). Social effects of film and television. *The Online Journal of New Horizons in Education, 11(3), 114–119*. <https://www.tojned.net/journals/tojned/articles/v11i03/v11i03-03.pdf>
- Kellner, D. (1994). Introduction: Jean Baudrillard in the Fin-de-Millennium. In D. Kellner (Ed.), *Baudrillard: a critical reader* (pp. 1–25). Blackwell Publishers.

- Kravchenko, T. (2018). Socio-cultural value of television as a screen form of art in shaping the outlook of a young spectator. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 295–301.
- Marc, D., & Thompson, J. R. (2004). *Television in the antenna age: a concise history*. Wiley-Blackwell.
- McIlwraith, R. D. (1994). Marshall McLuhan and the psychology of television. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 35(4), 331–350. <https://doi.org/10.1037/0708-5591.35.4.331>
- McLuhan, M. (1967). *Understanding Media: the extensions of man*. Routledge & Kegan Paul.
- Middlemiss, L. (2014). Individualised or participatory? Exploring latemodern identity and sustainable development. *Environmental Politics*, 23(6), 929–946. <https://doi.org/10.1080/09644016.2014.943010>
- Perera, A. (2023, July 27). Cultivation theory in media. *Simply Psychology*. <https://www.simplypsychology.org/cultivation-theory.html>
- Potter, J. W. (2014). A Critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015–1036.
- Ramesh, A. (2018). Effects of television advertisements on adolescents: a review of literature. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 6(2), 673–679.
- Riddle, K. (2009). Cultivation theory revisited: the impact of childhood television viewing levels on social reality beliefs and construct accessibility in adulthood (conference papers). *International Communication Association*, 2(15), 1–29.
- Robbins, P., Hintz, G. J., & Moore, A. S. (2022). *Environment and society: a critical introduction* (3 ed.). Wiley-Blackwell.
- Settle, Q. (2018). Introducing communication theory: analysis and application. *Journal of Applied Communications*, 102(3), art. 7. <https://newprairiepress.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1223&context=jac>
- Statista (2023, August 15). *Number of users of traditional TV & home video worldwide from 2018 to 2027 (in billions)*. <https://www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number>
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every Insta(gram) counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Tian, F. (2023, February 13). Exploring online social behavior based on Macluhan's theory: a case study of Sina Weibo. In *Advances in social science, education and humanities research* [Conference materials], (pp. 1480–1486). Atlantis Press.
- Tirasawasdichai, T., Obrenovic, B., & Alsharif, H. (2022). The impact of TV series consumption on cultural knowledge: an empirical study based on gratification-cultivation theory. *Front Psychol*, 13, 1061850 <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.1061850/full>
- Tuze, S., & Hobbs, R. (2017). The use of social media and popular culture to advance cross-cultural understanding. *Comunicar*, 51(25), 63–72. <https://doi.org/10.3916/C51-2017-06>
- Vick, T. E., Nagano, M. S., & Popadiuk, S. (2015). Information culture and its influences in knowledge creation: evidence from university teams engaged in collaborative

innovation projects. *International Journal of Information Management*, 35(3), 292–298. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.01.010>

Webster, F. (2014). *Theories of the information society* (4th Ed.). Routledge.

West, R. L., & Turner, L. H. (2017). *Introducing communication theory: analysis and application* (6th ed.). McGraw Hill.

References

An example of a computer program to export Internet-derived data from an EPG (DigiGuide) to set timers on a PVR (Topfield). (2016, 15 April). *Lineone.net*. <https://web.archive.org/web/20160415070640/http://website.lineone.net/~rwein/toppy/toppy.htm> [in English].

Baudrillard, J. (2012). *The gulf war did not take place*. Power Publications [in English].

Bauman, Z. (2001). *The individualized society*. Polity [in English].

Bodriar, Zh. (2004). *Symvolichnyi obmin i smert* [Symbolic exchange and death] (L. Kononovych, Trans.). Kalvaria [in Ukrainian].

Bryant, J., & Mirion, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662–704. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x> [in English].

Choo, C. W. (2013). Information culture and organizational effectiveness. *International Journal of Information Management*, 33(5), 775–779. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.05.009> [in English].

Curry, A., & Moore, C. (2003). Assessing information culture—an exploratory model. *International Journal of Information Management*, 23(2), 91–110. [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(02\)00102-0](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(02)00102-0) [in English].

Gerbner, G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137–148 [in English].

Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1978). *Cultural indicators violence profile no. 9*. *Journal of Communication*, 28(3), 176–207. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01646.x> [in English].

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: violence profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x> [in English].

Gitnux. (n.d.). *The most surprising television advertising statistics and trends in 2023*. <https://blog.gitnux.com/television-advertising-statistics/> [in English].

Griffin, E. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). McGraw-Hill.

Gunardi, A., Mathur, S., & Jusuf, E. (2023). Television advertisements: children's pestering power influence on parents Buying Behaviour. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), e01852. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1852> [in English].

Hawkins, R. P., Pingree, S., & Adler, I. (1987). Searching for cognitive processes in the cultivation effect adult and adolescent samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*, 13, 553–557 [in English].

Hutchinson, J. (2015). The Impact of Social TV and Audience Participation on National Cultural Policy: Co-creating television comedy with #7DaysLater. *Communication, Politics & Culture*, 47(3), 21–33 [in English].

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press [in English].
- Karakartal, D. (2021). Social effects of film and television. *The Online Journal of New Horizons in Education*, 11(3), 114–119. <https://www.tojned.net/journals/tojned/articles/v11i03/v11i03-03.pdf> [in English].
- Kellner, D. (1994). Introduction: Jean Baudrillard in the Fin-de-Millennium. In D. Kellner (Ed.), *Baudrillard: a critical reader* (pp. 1–25). Blackwell Publishers [in English].
- Kot H. (2021). Mediinyi vplyv televiziynykh formativ na svidomist telehliadacha [The media influence of television formats on the viewer's mind]. *National Academy of Culture and Arts Management Herald*, 2, 111–115 [in Ukrainian].
- Kravchenko, T. (2018). Socio-cultural value of television as a screen form of art in shaping the outlook of a young spectator. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 295–301 [in English].
- Litinska N. Telebachennia yak instrument transformatsii svidomosti suchasnoi liudyny [Television as an instrument of consciousness transformation of modern man] *Gran*, 22(6), 31–41 [in Ukrainian].
- Marc, D., & Thompson, J. R. (2004). *Television in the antenna age: a concise history*. Wiley-Blackwell [in English].
- McIlwraith, R. D. (1994). Marshall McLuhan and the psychology of television. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 35(4), 331–350. <https://doi.org/10.1037/0708-5591.35.4.331> [in English].
- McLuhan, M. (1967). *Understanding media: the extensions of man*. Routledge & Kegan Paul [in English].
- Middlemiss, L. (2014). Individualised or participatory? Exploring latemodern identity and sustainable development. *Environmental Politics*, 23(6), 929–946. <https://doi.org/10.1080/09644016.2014.943010> [in English].
- Musiienko, O. (2020). Postmodernizm: metodolohichni stratehii [Postmodernism: methodological strategies]. *Artistic Culture. Topical issues*, 16(1), 31–38 [in Ukrainian].
- Perera, A. (2023, July 27). Cultivation theory in media. *Simply Psychology*. <https://www.simplypsychology.org/cultivation-theory.html> [in English].
- Potter, J. W. (2014). A Critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015–1036 [in English].
- Prudnykova, O. V. (2017, November 22–23). Vplyv telebachennia na formuvannia informatsiinoi kultury rehioniv Ukrainy [The influence of television on the formation of the information culture of the regions of Ukraine]. In *Rehionalna polityka: istoriia, polityko-pravovi zasady, arkhitektura, urbanistyka* [Regional politics: history, political and legal principles, architecture, urbanism] [Conference materials] (Iss. 3, part 1, pp. 48–53). Beskydy. <https://repository.knuba.edu.ua/items/cb4fa9ec-b20f-48fa-95e4-5082f90c26fe> [in Ukrainian].
- Ramesh, A. (2018). Effects of television advertisements on adolescents: a review of literature. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 6(2), 673–679 [in English].
- Riddle, K. (2009). Cultivation theory revisited: the impact of childhood television viewing levels on social reality beliefs and construct accessibility in adulthood (conference papers). *International Communication Association*, 2(15), 1–29 [in English].

- Robbins, P., Hintz, G. J., & Moore, A. S. (2022). *Environment and society: a critical introduction* (3 ed.). Wiley-Blackwell [in English].
- Semenets, O. (2011). Mozaichniy pryntsyyp dyskursyvnoi orhanizatsii v postmodernii elektronniy kulturi [Mosaic principle of discursive organization in the postmodern electronic culture]. *Naukovi zapysky Luhanskoho natsionalnogo universytetu. Seriya "Filolohichni nauky"*, 2(34), 320–326 [in Ukrainian].
- Settle, Q. (2018). Introducing communication theory: analysis and application. *Journal of Applied Communications*, 102(3), art. 7. <https://newprairiepress.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1223&context=jac> [in English].
- Statista (2023, August 15). *Number of users of traditional TV & home video worldwide from 2018 to 2027 (in billions)*. <https://www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number> [in English].
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every Insta(gram) counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268> [in English].
- Tian, F. (2023, February 13). Exploring Online Social Behavior Based on Macluhan's Theory: A Case Study of Sina Weibo. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* [Conference materials], (pp. 1480–1486). Atlantis Press [in English].
- Tirasawasdichai, T., Obrenovic, B., & Alsharif, H. (2022). The impact of TV series consumption on cultural knowledge: an empirical study based on gratification-cultivation theory. *Front Psychol*, 13, 1061850 <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.1061850/full> [in English].
- Tuze, S., & Hobbs, R. (2017). The Use of Social Media and Popular Culture to Advance Cross-Cultural Understanding. *Comunicar*, 51(25), 63–72. <https://doi.org/10.3916/C51-2017-06> [in English].
- Vick, T. E., Nagano, M. S., & Popadiuk, S. (2015). Information culture and its influences in knowledge creation: Evidence from university teams engaged in collaborative innovation projects. *International Journal of Information Management*, 35(3), 292–298. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.01.010>
- Webster, F. (2014). *Theories of the information society* (4th Ed.). Routledge [in English].
- West, R. L., & Turner, L. H. (2017). *Introducing communication theory: analysis and application* (6th ed.). McGraw Hill [in English].
- Zaikovskyi, S. (2019, August 18). Alen de Benua: Zhan Bodriiar, abo znyknennia realnosti [Alain de Benoit: Jean Baudrillard, or the disappearance of reality]. *Plomin*. https://plomin.club/alain-de-benoit-jean-baudrillard-or-the-disappearance-of-reality/#_ftn3 [in Ukrainian].
- Zhukov, V. (2020). Kulturni naslidky vplyvu "realiti-shou" na masovu svidomist: formotvorchy aspekt [Cultural consequences of the impact of the reality show in the aspect of the new form of "mass culture"]. *Colloquium-journal*, 6(58), 12–21 [in Ukrainian].

TELEVISION AS A MODERN FACTOR OF CULTURE GENESIS: COMPREHENSION IN THE TERMS OF THE CULTIVATION THEORY

Ihor Pecheranskyi

*DSc in Philosophy, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0003-1443-4646
e-mail: ipecheranskiy@ukr.net*

The aim of the article is to analyse and comprehend the phenomenon of television as an important contemporary factor of cultural genesis through the prism of the cultivation theory. *The results of the research.* Based on the cultivation theory, it is proved that television, on the one hand, is a co-creator of mass or pop culture, information society, postmodernity, “knowledge society”, etc., and, on the other hand, it has laid no less damaging and destructive levers in the basis of the modern cultural space when it comes to social capital, personal and interpersonal development, cultural communication, social ties, and family values. *Scientific novelty* of the study lies in the fact that for the first time in Ukrainian cultural studies, the connection between television and cultural genesis is revealed, and the ambivalent (i.e., positive and negative) role of television in the cultural and ontological process is demonstrated with the help of the theory of cultivation and the approaches of other media researchers. *Conclusions.* Today, television remains one of the most powerful modern media, contributing to a more open and democratic world and influencing millions and billions of people. The cultivation theory and contemporary media studies help to identify the risks associated with people’s “living” in the symbolic-media TV world: the congruence of TV content with life to the extent that modern people often lose their own connection with reality; manipulation of the behaviour and consciousness of viewers through mainstreaming; the TV stream personalisation and the audience fragmentation; massification and atomisation of culture, its loss of a social integrator status; “telegenicity” due to the “mosaic” nature of the message; zapping as an additional anthropogenic factor that stimulates the development of “clip consciousness” in spite of analytical and critical thinking (this problem is especially acute with the emergence of TikTok), etc. These risks are a sign of a permacrisis in the modern economy and culture, caused, in particular, by the development and spread of television technologies.

Keywords: television; culture genesis; cultivation theory; information culture; mass culture; mainstreaming; telegenicity; zapping



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293792

УДК 378.4:004:141.78]:174:005

DIGITAL UNIVERSITY IN THE POST-POSTMODERN ERA: TO THE QUESTION OF FORMING A NEW CORPORATE CULTURE

Mykhailo Poplavskiyi

DSc in Pedagogy, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-8234-8064
e-mail: pomm20180326@gmail.com

For citation:

Poplavskiyi, M. (2023). Digital university in the post-postmodern era: to the question of forming a new corporate culture. *Issues in Cultural Studies*, 42, 243–255. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293792>

The aim of the article is to analyse the peculiarities of a digital corporate culture of the university, highlight its parameters and indicators, orienting on the cultural-educational and digital communicative needs of students, teachers and workers in the post-postmodern era. *Results of the research.* Digital university or University4.0 is a trend of the first quarter of the 21st century and a high-tech infrastructure platform for deploying various educational initiatives, the successful functioning of which depends on the digital corporate culture, its parameters and indicators. *Scientific novelty.* For the first time in the framework of Digital Culture Studies as an innovative interdisciplinary field, the article examines the dichotomy of the market type of corporate culture popular in foreign and Ukrainian educational practice and the new “holistic” type proposed by the author based on a broader socio-cultural approach, the achievements of open science, the ideas of critical pedagogy and the phenomenological approach in educational practice. *Conclusions.* It is emphasised that higher education in the post-COVID period is characterized by accelerating digital transformation, and many Western university managers are actively forcing this process. It is argued that the vast majority of such initiatives face the same problems associated with the dominance of the instrumentalism philosophy and neoliberal discourse, when the value of education is increasingly interpreted through the prism of financial success and business-narratives, leading to the absolutisation of the market type of university corporate culture. The author proves the one-dimensionality and limitations of this type and proposes its restructuring on the basis of a holistic approach, which involves the synthesis of digital learning, culture of work and knowledge, digital reading, digital ontology and anthropology, radical openness, creative work, where the “new” corporate culture should be based on digital competencies as a “field of cooperation” between student and teacher.

Keywords: digital university; corporate culture; holistic approach, digital competences; digital communication; Digital Culture Studies, higher education; post-postmodern

Introduction

Today, with more confidence, it is worth constant that digitalization has been transforming on the basic imperative of modern life which, however, is becoming a principle and an important factor in many spheres of development, including higher education in the 21st century. This is confirmed by the increased attention of the whole world to digital universities, which, in our opinion, firstly, with the essential growing interest in digital educational technologies against the background of the introduction of restrictive measures during the period of COVID-19 pandemic, and, secondly, as scientists note, with the need to reflect on the processes of digitization and digital transformation of higher education (Williamson et al., 2021), and, thirdly, with the appearance and spreading universities which positions themselves as “digital”: digital university of Geneva (<https://www.unige.ch/numerique/en/>), digital university of Seoul (<http://www.sdu.ac.kr/>), Numerique is the French digital university (<https://luniversitenumérique.fr/>), West African digital university (<https://thewauu.com/>) and others. It is known that on October 11, 2023, in Ukraine the project “Digital University — Open Ukrainian Initiative” was presented as an instrument of higher education support in Ukraine under the conditions of martial law and post-war reconstruction, which is being implemented within the framework of the EU Erasmus+ Education, Training, Youth and Sport Program. The purpose is ambitious but, in general, is correct — to organize the processes of digital transformation in education by creating “a single digital educational ecosystem in Ukraine” on the basis of which would occur highly qualified, non-stop, inclusive and transparent educational process with the help of existing digital innovations in education and using a clear paradigm to add future innovations.

At the same time, it is important to realize that the need for further development of digital education elements in higher education is due to both socio-cultural markers of the post-postmodern era and the information and cultural needs of the younger generation (such as Generation Z, Generation Alpha) who were brought up in the digital era and representing a new anthropological type, which intellectuals and representatives of Cultural studies refer to as “Homo informaticus”. It goes about informative or a socio-virtual person who can’t imagine themselves outside the space of “gadgets”, virtual reality and network communications (Tretter, 2017; de Brabandere, 2020). As for “post-postmodernism” without delving into terminological variations (many experts consider the concept of “post-postmodernism” to be transitional and ambiguous in meaning, and therefore use the terms “pseudo-modernism”, “metamodernism”, “digital modernism”, etc, which marks a departure from postmodernity with its textuality and intertextuality, the latest civilizational milestone in history, accompanied by the emergence of interactive and virtual artifacts as elements of “illusory-sensual quasi-reality” and “computer doubles of reality”. In other words, it is the digital epoch which is accompanied by the dominance of “techno-images” (A. Coquelin) and the creation of a powerful interactive virtual reality, when the artistic and cultural form as an “open system” is replaced by the multi influences

of the latest “hyperreality”, and the dialogue is replaced by a user’s dialogue with the screen and computer image (Zubavina, 2018).

In the conditions of the next stage of digital transformation, fierce competition with global leaders in education and open online education, Ukrainian universities are now facing the need to change and develop new approaches to managing educational activities. Forms and models of student learning, the role of the teacher, and the university management system are changing significantly, which necessitates re-orienting university activities toward a different end result. In order to maintain its position in the global and Ukrainian markets, higher education institutions are now forced to make complex decisions in terms of restructuring their corporate culture and transitioning to digital-based learning management.

■ Analysis of previous studies

The digital university in the academic discourse is mostly presented within the framework of two approaches, between which there are obvious differences in the axiological understanding of the concept. The first is the university as a business model. It presents the processes of digitalization from the standpoint of increasing the effectiveness of digital technologies in various industries, evaluating the feasibility of marketing solutions, design, convenience, cost reduction, etc. (Matkovic et al., 2018; Bockshecker et al., 2022). The second approach is focused on public good and open source (Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY) License), accessibility and digital engagement. It is well illustrated by the books “The Digital University: A Dialogue and Manifesto” (Peters & Jandric, 2017) and “Conceptualising the Digital University: The Intersection of Policy, Pedagogy and Practice”, in which the authors identified four components of the digital university matrix: educational environment (combination of digital and physical spaces); digital participation, information literacy (the foundation of personal and professional development); educational program; development of courses (in particular, digital analytics) (Johnston et al., 2018).

Ch. Jones and R. Goodfellow (2014) are convinced that the conceptualization of the digital university involves the identification of an empirically fixed phenomenon, discourse, and theoretical concept. J. Ibáñez and V. Juarros (2018), based on the analysis of publications by Latin American authors from 2007 to 2017, concluded that the vast majority of them outline and describe individual components of the digital university but do not try to formalize it. Indeed, most approaches focus on individual elements (features or characteristics), among which information and communication (digital) technologies are constitutive. Thus, back the work edited by R. Hazemi and St. Hailes (2002) “The Digital University — Building a Learning Community” was published. According to S. Jones (2013), the digital university is based on a binary: the use of new computing technologies in some universities and the use of analog technologies, including television and telecommunications, in others. It can be also distinguished as a group of studies that focus on educational technologies of e-learning and distance learning. According to G. Siemens, D. Gašević and S. Dawson (2015), the content of a digital university involves the parallel implementation of distance, blended and online learning approaches, the choice of which will determine the quality of teaching and education, the qualifications of graduates, and their fur-

ther participation in the models of modern global society. Ph. Sheail (2018) considers the digital university as a form of organizing trans-local (between regions and countries) and timeless (through/between time) connections that are formed around the gradual introduction of digital technologies in all areas of the university, primarily related to developments in the field of online teaching and learning.

I support the thesis that the concept of a digital university should be based not only on the use of digital technologies, but should also reflect qualitative changes in the approach to the educational process with the involvement of the achievements of open science and ideas of critical pedagogy, the potential of the phenomenological approach in educational practice. In this vein, the concept of “smart education” and smart university seems interesting. A. Mbombo and N. Cavus (2021) define a “smart university” (SmU) as an educational organization that uses technological innovations to fulfill its mission. Even though they still put digital technologies in the first place, they also emphasize the importance of individualized learning, flexible educational trajectories, and the formation of an intellectual environment for the continuous development of competencies of participants in the educational process, which, in tandem with technology, essentially change the educational environment itself. The task of SmU is to quickly adapt the learning process to external challenges. Similar ideas are related to the Smart Campus concept and the use of artificial intelligence and other Industry 4.0 technologies, we met in works by S. Majumdar and M. Mandal (2021), P. I. Silva-da-Nóbrega, A. F. Chim-Miki and M. Castillo-Palacio (2022), K. Polin, T. Yigitcanlar, M. Limb and T. Washington (2023) and others.

■ The aim of the article

Despite the intensification of research on the problem of the digital university and the prospects for implementing the concept in educational practice, the “cultural paradigm” or the aspect related to the formation of a new corporate culture of the university under the influence of modern digital technologies remains poorly articulated and not fully conceptualized. That is why the purpose of this study is to analyze the features of the digital corporate culture of the university, to highlight its parameters and indicators, focusing on the cultural, educational and digital communication needs of students, teachers and staff in the 21st century.

Methods of analysis, synthesis and generalization were used to study the theoretical and technological prerequisites for the emergence and development of the concept of “digital university”, transformation processes in higher education, as well as to identify the specifics of digital corporate culture and its functional and substantive features. The author also relies on Digital Culture Studies as an innovative interdisciplinary field that explores digital culture as a new social system that is actively developing today through the synergy and transformation of traditional cultural practices and institutions through digital technologies, including higher education (Bollmer, 2018; Ferreir, 2019; Miller, 2020; Condruz-Bacescu, 2022; Osiński, 2023).

■ Study results

The digitalization of the university space is a requirement of the times and a transformation of the “ethos” of the educational establishment, no matter what

some analysts and experts say. B. Johnston, S. MacNeill, and K. Smyth have not accidentally distinguished two approaches to the conceptualization of the “digital university” as narrow and broad. The narrow one, in their view, is cultivated by neoliberal instrumentalist discourse and identifies the digital university with digital technologies and infrastructure, or with the development of students’ digital technologies. This, and here I can only agree with the authors, impoverishes and somewhat deforms such a construct as a digital university, which should be considered from the perspective of a broader approach as a socio-cultural one, taking into account pedagogical theory and practice of organizational development. The author’s criticism of the neoliberal approach to higher education is quite understandable and justified since the interpretation of higher education as a market where the value of education is increasingly interpreted through the prism of financial success and contribution to national economic competitiveness to the detriment of other potential choices shows the one-dimensionality and limitations of this approach. This is not to mention the radical interpretation of the Internet and digital technologies as a fundamental transformation of the academic culture of an institution, its values, structures and practices. Within this neoliberal vision, the “digital” is perceived as a tool of subjugation, standardization and suppression. If we add to this the growth of managerialism in the organizational practice of universities (Johnston et al., 2018), which can be observed in many foreign and Ukrainian institutions, the challenges are serious enough to not disappear by themselves.

The struggle against these challenges turns them into tasks and, in agreement with M. Peters and P. Jandrić (2018), calls for perceiving the modern digital university as a philosophy that has emerged in the era of the digital mind and focuses on a holistic approach, i.e., the synthesis of digital learning, work and knowledge culture, digital reading, digital ontology, digital anthropology, radical openness, creative work, and the co-production of symbolic goods. I believe that only in this way can we build a strong digital culture as a competitive advantage for public and business universities and a key factor in the success of digital transformation. At the same time, as Burton Clark (1998) once argued, due attention should be paid to the constitutive and strategic core, expanded development periphery, diversified funding base, academic stronghold, and integrated entrepreneurial culture, which will not only help the university become more innovative but also align its progress with traditional academic values.

The COVID-19 situation has intensified two interrelated processes in many Western and Ukrainian universities: on the one hand, diagnosing the state of digital infrastructure and inventorying many related problems (the unpreparedness of many teachers to work in a digital environment, lack of licenses and experience in using video and Internet communication tools, lack of individual devices and equipment, etc. A few examples: Charles University in Prague has posted webinars on its website with presentations of various study programs, where there is a separate section to help foreign students in difficult situations (<https://cuni.cz/UK-1.htm>). The Canadian Virtual University (CVU), which includes institutions whose programs meet national standards, helps potential students increase their confidence in the quality of their education. Each university has a department of distance and online learning,

the Center for Creative Learning Initiatives (CCLI), which is created for coordination, quality assessment, management and modernization, and the Teaching, Learning, and Technology Council (<http://www.cvuuvc.ca>). Tallinn University has created a special page for discussing the organization of the educational process via Skype. The university's website has published information on the results of a study conducted by experts to examine the impact of the pandemic on the psychological health of the country's residents (<https://www.tlu.ee/en>). The University of Bath actively publishes information on updates on the university website: library opening hours, exam rescheduling dates, and work procedures for administrative and academic staff. The university regularly publishes guidelines for organizing and supporting online educational programs, introducing new technologies and quality control procedures, for example, online program certification (<https://www.bath.ac.uk/courses/>). In Moldova, with the support of Orange Moldova, the Uniting Teachers campaign was launched. Moldtelecom35 and Moldcell36, in cooperation with the Moldovan Olympic Committee provided free Internet access to teachers for two months. The websites, developed under the guidance of the Chisinau example (www.educatieonline.md) and the Association of ICT Companies (<https://invat.online>), describe positive practices of translating educational content into electronic format to facilitate distance learning. I would like to note that Kyiv National University of Culture and Arts is also actively working in this direction, having a Faculty of Distance Learning, which is responsible for the digital transformation of the university, development of the concept/development of the infrastructure of the educational information environment, development of an ecosystem for improving the digital competence of teachers, introduction of digital innovations, conducting research on e-learning, monitoring and adaptation of international experience in the use of e-learning tools, etc. The Faculty consists of the Laboratory of Distance and Blended Learning, the Office of Digital Competencies and the Center for Innovative Technologies (<https://knukim.edu.ua/fakultet-dystancijnogo-navchannya/>).

No matter how much one talks about the introduction of new startups, attracting additional financial resources, effective educational management, student-centeredness, proactivity and aggressive marketing, combining academia with educational innovation, etc., in the context of digital transformation, which, of course, also needs to be paid attention to, it is still crucial to take a conscientious approach to the formation of a corporate culture that supports the change and ensures interaction with the external environment and is an effective mechanism for adapting the university to the conditions of digital transformation. Modern Western authors are right when they emphasize that any major transformation, including digital transformation, requires a culture that supports change and simultaneously implements the company's overall strategy. Ignoring culture, the organization risks the failure of transformation (Hemerling et al., 2018). Covering the university key activities (educational, research and management), the digital transformation seems to "suggest" the logic of restructuring the corporate culture, which should be based not on "centrism" but on a kind of educational communitarianism, partnership and communication. It is characterized by fast, flexible solutions based on operational communications and information openness, with a high degree of interaction with external partners. In a digital

university, students are both partners and customers. Their mutual understanding and results depend on a coherent positioning in the digital space of the university based on a common understanding with the faculty and management of the digital competencies of the future.

The Science and Knowledge Service of the European Commission has developed the Digital Competence Framework, which defines the structure of digital competences for citizens regardless of their field of employment: “The integrated DigComp 2.2 framework provides more than 250 new examples of knowledge, skills and attitudes that help citizens engage confidently, critically and safely with digital technologies, and new and emerging ones such as systems driven by artificial intelligence (AI). The framework is also made available following the digital accessibility guidelines, as creating accessible digital resources is an important priority today” (Vuorikari et al., 2022). This is a wide set of competencies, — digital communications, joint use of digital resources and digital tools, network ethics, information and work with data, security, creation of digital content and related legal aspects, identification of problems, formation of solutions to technical problems, etc., — the formation of which takes place based on “integral readiness” and relevant corporate culture, where the main principles are technological adaptability, decision-making based on digital data analysis, digital thinking and communication, as well as ethics and safety.

Turning to foreign experience, it can be seen that a Digital University is most often a combination of a digital campus and electronic educational platforms, which host educational courses and conduct active learning, taking into account digital document management and administration of student achievements in a personal office. So, in the USA, the phrase “digital campus/smart campus” is more often used, rather than “digital university”. With minor variations, this concept includes a digital platform with cloud storage and synchronization, interactive educational content, digital culture and participant interaction, and data analytics. In Germany, the concept of a digital university is interpreted in the logic of state policy and includes digital infrastructure, digital educational space (courses, personal offices of students, etc.), digital competence of participants, educational content corresponding to Industry 4.0. The digital university in China is more instrumental (creating and using digital campuses) and also contains modernization potential (supporting and improving the efficiency of innovation in education and public administration). The digital campus includes four blocks: digital educational resources, digital management, digital infrastructure, digital potential of educators (Xiao, 2019). Regardless of the specific features of the policy regarding the digitization of education in the mentioned countries, the hybrid approach of the USA, Germany’s focus on creating a single national digital platform that will not be centralized (the state-initiated and funded program started in February 2021), and, despite the active promotion of automated management of campuses and implementation of new administrative regulation and accreditation tools, mainly China’s declarative policy is for the field of higher education, the most important indicator is the digital competence of teachers and students. As a review of research conducted in 2015–2021 shows, the vast majority of these categories of citizens have a basic level of digital competence, but the development of technologies and the complexity of infrastructure require them to further improve it (Zhao et al., 2021).

Therefore, the management of Ukrainian universities needs to draw the right conclusions and abandon the exclusively instrumental interpretation of the concept of a digital university in favor of understanding it as a “place of interaction” between different stakeholders, when it comes not only to the joint participation of the state and individual private players, but also to digital communication between teachers and students following the real needs of modern society, without which the digital competence of the latter in the 21st century is impossible. In turn, this implies: the rejection of any attempts to absolutization the market type of corporate culture, “diluting” it with adhocracy: openness to changes, innovations and discussions, combining academism with educational innovations; development of the university’s digital transformation strategy (emphasis on digital values in the process of informing students, teachers and employees, implementation of innovative teaching methods taking into account educational platforms, development of additional modules for students’ digital literacy, creation of digital communities in social networks, etc.); implementation of practice-oriented training and active interaction with employers; concentration of the content, methodology and efficiency criteria of higher education on production processes and the technological potential of Industry 4.0.

It should not be forgotten that universities on the way to digital transformation should provide all opportunities for students to build individual educational trajectories, expand interaction with each other in the implementation of networked educational programs using online courses, use digital technologies to improve the quality of education and motivate students of all forms of education, and increase the cost-effectiveness of educational services. Today, some solutions to modernize educational activities, such as the modular principle of building an educational program, the use of online technologies, project activities, etc., have already been implemented in most, large Ukrainian universities, including the Kyiv National University of Culture and Arts but a qualitative leap in developing a modern approach to university management, given the above features of the new digital collaborative culture, is a matter of the nearest future.

■ Conclusions

Thus, post-COVID higher education is characterized by accelerating digital transformation processes. Many Western university managers are actively pushing these processes, and for many countries, the implementation of a digital university model or concept is an urgent task of state education policy (for example, in Germany or China, where a program for modernizing the education system until 2035 has been proposed, which includes the development of digital campuses, coordination of the creation of an integrated intelligent learning and service platform, and reform of education management and monitoring based on digital solutions). The development and implementation of digital university concepts in different countries face the same problems associated with the dominance of the philosophy of instrumentalism and neo-liberal discourse when the value of education is increasingly interpreted through the prism of financial success and business narratives, which leads to the absolutization of the market type of university corporate culture. I believe this approach is one-dimensional and does not reveal the full potential of the digital university, which

should be replaced by a holistic approach, considering the corporate culture of the digital university as a complex, multifaceted phenomenon, in fact, to restructure the co-corporate culture, which should be based not on “-centrism” but on educational communitarianism, partnership and communication. Thus, the holistic philosophy of the digital university envisages a synthesis of digital learning, work and knowledge culture, digital reading, digital ontology and anthropology, radical openness, creative work and co-production of symbolic goods, where the “new” corporate culture should be based on digital competencies as a “field of collaboration” between students and teachers. Within this field, digital communication between participants in the educational process should take place, openness to change, innovation and discussion should be articulated and implemented, academicism should be reconciled with educational innovation, and strategies for the digital transformation of the university should be developed with an emphasis not only on the entrepreneurial approach but also on values, while the content, methodologies and performance criteria of higher education should focus on production processes and the technological potential of Industry 4.0.

Perspectives for further research include a more detailed study of approaches to digital education and the organization of a digital campus as a response to the challenges of our time, an in-depth analysis of successful practical cases of digital transformation of individual universities in different countries, comparing foreign experience with Ukrainian initiatives in this area, comparing the peculiarities of the corporate culture of public and private universities in Ukraine and abroad, etc.

■ Список посилань

- Зубавіна, І. (2018). Полілог з екраном або Буття як інтерфейс-меню. *Художня культура. Актуальні проблеми*, 14, 15–19. <https://doi.org/10.31500/1992-5514.14.2018.150888>
- Bockshecker, A., Ebner, K., Smolnik, St., & Baumöl, U. (2022, July 5–9). Managing the Digital Transformation of Universities: Business Model Analysis and Design Principles. In *26th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2022)* [Conference materials] (p. 278). <https://aisel.aisnet.org/pacis2022/278/>
- Bollmer, G. D. (2018). *Theorizing digital cultures*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781529714760>
- Burton, R. C. (1998). *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*. IAU Press.
- Condruz-Bacescu, M. (2022). Building digital culture. The power of the virtual. *Professional Communication and Translation Studies*, 15, 33–43.
- de Brabandere, L. (2020). Homo Informaticus. *Philosophy Now*, 141, 26–30.
- Ferreir, M. C. (2019). Sociology and Digital Culture. *International Journal of Social Science Studies*, 7(3), 101–106. <https://doi.org/10.11114/ijsss.v7i3.4221>
- Hazemi, R., & Hailes, St. (Eds.). (2002). *The Digital University - Building a Learning Community*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0167-3>
- Hemerling, J., Kilmann, J., Danoesastro, M., Stutts, L., & Ahern, C. (2018). *It's not a digital transformation without a digital culture*. The Boston Consulting Group. https://web-assets.bcg.com/img-src/BCG-Its-Not-a-Digital-Transformation-Without-a-Digital-Culture-Apr-2018_tcm9-207937.pdf

- Ibáñez, J. S., & Juarros, V. M. (2018). Las diferentes concepciones de la universidad digital en Iberoamérica. *La Revista Iberoamericana de la Educación Digital (RIED)*, 21(2), 97–118. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20653>
- Johnston, B., MacNeill, S., & Smyth, K. (2018). *Conceptualising the digital university: The intersection of policy, pedagogy and practice*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-99160-3>
- Jones, C. (2013). The digital university: a concept in need of definition. In R. Goodfellow, & M. R. Lea (Eds.), *Literacy in the Digital University. Critical perspectives on learning, scholarship and technology* (pp. 162–172). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203074510>
- Jones, C., & Goodfellow, R. (2014). The "Digital University": discourse, theory, and evidence. *International Journal of Learning and Media*, 4(3-4), 59–63.
- Majumdar, S., & Mandal, M. (2021). Transforming the environment of education by internet of things: a review. In M. Al-Emran, & K. Shaalan (Eds.), *Recent advances in technology acceptance models and theories* (pp. 411–418). Springer.
- Matkovic, P., Tumbas, P., & Pavličević, V. (2018, November 12–14). University business models and digital transformation. In *11th International conference of education, research and innovation (ICERI 2018)* [Conference materials] (pp. 9270–9278). IATED. https://www.researchgate.net/publication/329156210_University_Business_Models_and_Digital_Transformation
- Mbombo, A. B., & Cavus, N. (2021). Smart University: a university in the technological age. *TEM Journal*, 10(1), 13–17.
- Miller, V. (2020). *Understanding Digital Culture* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Osiński, Z. (2023). Development of digital culture research - bibliometric analysis using citespace. *Kultura i Społeczeństwo*, 67(1), 205–230.
- Peters, M., & Jandric, P. (2017). *The digital university: a dialogue and manifesto* [Monographs]. Peter Lang.
- Polin, K., Yigitcanlar, T., Limb, M., & Washington, T. (2023). The Making of Smart Campus: A Review and Conceptual Framework. *Buildings*, 13(4), 891. <https://doi.org/10.3390/buildings13040891>
- Sheail, Ph. (2018). The digital university and the shifting time–space of the campus. *Learning, Media and Technology*, 43(1), 56–69. <https://doi.org/10.1080/17439884.2017.1387139>
- Silva-da-Nóbrega, P. I., Chim-Miki, A. F., & Castillo-Palacio, M. (2022). A Smart Campus Framework: Challenges and Opportunities for Education Based on the Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 14(15), 9640. <https://doi.org/10.3390/su14159640>
- Tretter, F. (2017). Homo informaticus: image of man in information society. In W. Hofkirchner, & M. Burgin (Eds.), *The future information society. Social and technological problems* (pp. 475–505). World Scientific. <https://doi.org/10.1142/10015>
- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union
- Williamson, B., Macgilchrist, F., & Potter, J. (2021). Covid-19 controversies and critical research in digital education. *Learning, Media and Technology*, 46(2), 117–127. <https://doi.org/10.1080/17439884.2021.1922437>

- Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515–533. <https://doi.org/10.1080/01587919.2019.1680272>
- Zhao, Y., Pinto Llorente, A. M., Sánchez Góme, M. C. (2021). Digital competence in higher education research: A systematic literature review. *Computers & Education*, 168, 104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>

References

- Bockschecker, A. Ebner, K., Smolnik, St., & Baumöl, U. (2022, July 5–9). Managing the Digital Transformation of Universities: Business Model Analysis and Design Principles. In *26th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2022)* [Conference materials] (p. 278). <https://aisel.aisnet.org/pacis2022/278/> [in English].
- Bollmer, G. D. (2018). *Theorizing digital cultures*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781529714760> [in English].
- Burton, R. C. (1998). *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*. IAU Press [in English].
- Condruz-Bacescu, M. (2022). Building digital culture. The power of the virtual. *Professional Communication and Translation Studies*, 15, 33–43 [in English].
- de Brabandere, L. (2020). Homo Informaticus. *Philosophy Now*, 141, 26–30 [in English].
- Ferreir, M. C. (2019). Sociology and Digital Culture. *International Journal of Social Science Studies*, 7(3), 101–106. <https://doi.org/10.11114/ijsss.v7i3.4221> [in English].
- Hazemi, R., & Hailes, St. (Eds.). (2002). *The Digital University - Building a Learning Community*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0167-3> [in English].
- Hemerling, J., Kilmann, J., Danoesastro, M., Stutts, L., & Ahern, C. (2018). *It's not a digital transformation without a digital culture*. The Boston Consulting Group. https://web-assets.bcg.com/img-src/BCG-Its-Not-a-Digital-Transformation-Without-a-Digital-Culture-Apr-2018_tcm9-207937.pdf [in English].
- Ibáñez, J. S., & Juarros, V. M. (2018). Las diferentes concepciones de la universidad digital en Iberoamérica [The different conceptions of the digital university in Latin America]. *Iberoamerican Review of Digital Education (RIED)*, 21(2), 97–118. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20653> [in Spanish].
- Johnston, B., MacNeill, S., & Smyth, K. (2018). *Conceptualising the digital university: The intersection of policy, pedagogy and practice*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-99160-3> [in English].
- Jones, C. (2013). The digital university: a concept in need of definition. In R. Goodfellow, & M. R. Lea (Eds.), *Literacy in the Digital University. Critical perspectives on learning, scholarship and technology* (pp. 162–172). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203074510> [in English].
- Jones, C., & Goodfellow, R. (2014). The "Digital University": discourse, theory, and evidence. *International Journal of Learning and Media*, 4(3-4), 59–63 [in English].
- Majumdar, S., & Mandal, M. (2021). Transforming the environment of education by internet of things: a review. In M. Al-Emran, & K. Shaalan (Eds.), *Recent advances in technology acceptance models and theories* (pp. 411–418). Springer [in English].
- Matkovic, P., Tumbas, P., & Pavličević, V. (2018, November 12–14). University business models and digital transformation. In *11th International conference of education*,

- research and innovation (ICERI 2018)* [Conference materials] (pp. 9270–9278). IATED. https://www.researchgate.net/publication/329156210_University_Business_Models_and_Digital_Transformation [in English].
- Mbombo, A. B., & Cavus, N. (2021). Smart University: a university in the technological age. *TEM Journal*, 10(1), 13–17 [in English].
- Miller, V. (2020). *Understanding Digital Culture* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Osiński, Z. (2023). Development of digital culture research - bibliometric analysis using citespace. *Kultura i Społeczeństwo*, 67(1), 205–230 [in English].
- Peters, M., & Jandric, P. (2017). *The digital university: a dialogue and manifesto* [Monographs]. Peter Lang [in English].
- Polin, K., Yigitcanlar, T., Limb, M., & Washington, T. (2023). The Making of Smart Campus: A Review and Conceptual Framework. *Buildings*, 13(4), 891. <https://doi.org/10.3390/buildings13040891> [in English].
- Sheail, Ph. (2018). The digital university and the shifting time–space of the campus. *Learning, Media and Technology*, 43(1), 56–69. <https://doi.org/10.1080/17439884.2017.1387139> [in English].
- Silva-da-Nóbrega, P. I., Chim-Miki, A. F., & Castillo-Palacio, M. (2022). A Smart Campus Framework: Challenges and Opportunities for Education Based on the Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 14(15), 9640. <https://doi.org/10.3390/su14159640> [in English].
- Tretter, F. (2017). Homo informaticus: image of man in information society. In W. Hofkirchner, & M. Burgin (Eds.), *The future information society. Social and technological problems* (pp. 475–505). World Scientific. <https://doi.org/10.1142/10015> [in English].
- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union [in English].
- Williamson, B., Macgilchrist, F., & Potter, J. (2021). Covid-19 controversies and critical research in digital education. *Learning, Media and Technology*, 46(2), 117–127. <https://doi.org/10.1080/17439884.2021.1922437> [in English].
- Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515–533. <https://doi.org/10.1080/01587919.2019.1680272> [in English].
- Zhao, Y., Pinto Llorente, A. M., Sánchez Góme, M. C. (2021). Digital competence in higher education research: A systematic literature review. *Computers & Education*, 168, 104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212> [in English].
- Zubavina, I. (2018). Poliloh z ekranom abo Buttia yak interfeis-meniu [Polylog with a Screen or Life as a Menu Interface]. *Artistic Culture. Topical issues*, 14, 15–19. <https://doi.org/10.31500/1992-5514.14.2018.150888> [in Ukrainian].

ЦИФРОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ В ЕПОХУ ПОСТ-ПОСТМОДЕРНУ: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Михайло Поплавський

Доктор педагогічних наук, професор,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-8234-8064

e-mail: pomm20180326@gmail.com

Мета статті — проаналізувати особливості цифрової корпоративної культури університету, окреслити її параметри та показники, орієнтуючись на культурно-освітні та цифрові комунікативні потреби студентів, викладачів і працівників в епоху пост-постмодерну. *Результати дослідження*. Цифровий університет або Університет 4.0. — тренд першої чверті XXI ст. і високотехнологічна інфраструктурна платформа для розгортання різних освітніх ініціатив, успішне функціонування якої залежить від цифрової корпоративної культури, її параметрів і показників. *Наукова новизна*. У статті вперше в межах Digital Culture Studies як інноваційного міждисциплінарного напрямку розглянуто дихотомію популярного в зарубіжній та українській освітній практиці ринкового типу корпоративної культури та нового, запропонованого автором, «холістичного» типу на базі ширшого соціокультурного підходу, здобутків відкритої науки, ідей критичної педагогіки та феноменологічного підходу в освітній практиці. *Висновки*. Наголошено, що вища освіта постковідного періоду характеризується прискоренням цифрової трансформації, і чимало західних університетських менеджерів активно форсують цей процес. Стверджується, що переважна більшість подібних ініціатив нашою є на однакові проблеми, пов'язані з домінуванням філософії інструменталізму та неоліберального дискурсу, коли цінність освіти все частіше тлумачиться крізь призму фінансового успіху та бізнес-наративів, що призводить до абсолютизації ринкового типу корпоративної культури університету. Доведено одновимірність й обмеженість такого типу та запропоновано його реструктуризацію на засадах холістичного підходу, що передбачає синтез цифрового навчання, культури праці та знань, цифрового читання, цифрової онтології та антропології, радикальної відкритості, творчої праці, де в основі «нової» корпоративної культури мають бути покладені цифрові компетенції як «поле співпраці» студента та викладача.

Ключові слова: цифровий університет; корпоративна культура; холістичний підхід; цифрові компетенції; цифрова комунікація; Digital Culture Studies; вища освіта; пост-постмодерн



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293793
УДК 792.024.3:001.891:81]:316.7

ГРИМУВАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО В УКРАЇНСЬКОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ: ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Олександра Проскурякова

Аспірантка,
Харківська державна академія культури,
Харків, Україна
ORCID: 0000-0002-6794-7181
e-mail: asp_oleksandra_bilous@xdak.ukr.education

Для цитування:

Проскурякова, О. (2023). Гримувальне мистецтво в українському науковому дискурсі: історіографічний аналіз перспективи культурологічного дослідження. *Питання культурології*, 42, 256–269. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293793>

Мета статті — здійснити історіографічний аналіз проблематики гримувального мистецтва в українському науковому дискурсі, починаючи від другої половини ХХ ст. і донині, та визначити на його основі перспективи подальшого культурологічного дослідження цього напрямку мистецтва та фешн-індустрії. *Результати дослідження*. Виявлено та проаналізовано ключові наукові праці, що стосуються дослідження гримувального мистецтва в науковому дискурсі та опубліковані державною мовою. Запропоновано їх класифікацію, що дало змогу виокремити основні тематичні напрями, методологічні підходи та можливі прогалини в досвіді вивчення мистецтва гриму. *Наукова новизна* дослідження полягає у тому, що вперше здійснено спробу систематизувати, проаналізувати наявну україномовну літературу, починаючи з середини ХХ ст. і дотепер, яка стосується гримувального мистецтва. *Висновки*. Доведено актуальність робіт українських авторів на шляху розвитку наукових і творчих аспектів мистецтва України. Запропоновано шляхи розв'язання поставлених завдань, що пов'язані з широкими можливостями досліджень різних наукових студій, заохоченням лінгвістів, перекладачів і видавничих редакцій до означеної проблеми. Зазначений аспект у перспективі може стимулювати молодих фахівців до видання підручників, методичних матеріалів, наукових статей, дисертацій тощо, а також до звернення та обміну досвідом з європейськими спільнотами. Поглиблене вивчення та аналіз різних аспектів наукового осмислення гримувального мистецтва надалі дасть змогу дослідити грим у культурологічних розвідках, пов'язаних із взаємодією гриму з соціокультурними чинниками, суспільством, ідентичністю та рольовими конструкціями, естетикою, транснаціональними, міжкультурними та іншими ключовими культурними чинниками.

Ключові слова: грим; науковий дискурс; україномовна література; класифікація літератури; культурологічні дослідження

Вступ

Дотепер у наукових роботах та освітньо-практичній діяльності за фахом основна увага зосереджувалася на російськомовних роботах діячів культури та мистецтва. Це обумовлено певним історико-культурним періодом. Оскільки вивчення зазначеної теми починається відтоді, коли територія України вже входила до складу Радянського Союзу, здебільшого всі відомі на сьогодні праці викладені російською мовою. Це пов'язано з багатьма чинниками, що стосуються соціально-політичного стану, зокрема політики русифікації, що проводилася радянським урядом. На сьогодні питання, що пов'язані з мистецтвом гриму, доводять свою актуальність у культурологічній площині, що потребує систематизації знань, накопичених у наукових студіях вітчизняних авторів, а також виявлення прогалин стосовно українських перекладів навчальної та наукової публіцистики країн закордоння.

Представлене дослідження є першою спробою розглянути та осмислити україномовні публікації та їх перспективи щодо розвитку теоретичної сфери гримувального мистецтва. Надалі це сприятиме розв'язанню важливих культурологічних питань, пов'язаних з ідентифікацією національного стилю, осмисленням взаємодії гримувальних практик з іншими аспектами культури, включаючи культуру повсякденності, соціокультурні відмінності, а також впливом зовнішнього образу на формування естетичних цінностей і традицій.

Нестача матеріалів із запропонованої тематики не лише уповільнює продуктивну педагогічну та творчу роботу, а й ускладнює дослідження культурних аспектів, пов'язаних з історією гриму, його роллю у формуванні національної ідентичності, традиціями, символікою та семіотикою. За аналізом методичного забезпечення дисципліни в бібліотечно-інформаційних ресурсах України переважають роботи авторів минулого Радянського Союзу. Зауважимо, що література здебільшого являє собою навчальні посібники, зокрема російськомовних авторів. Деякий час праці радянських дослідників гриму доводили свою ефективність, але наразі з удосконаленням творчих методів і прийомів гримування, технологій і засобів гриму, появою нового термінологічного апарату тощо спонукають теоретиків та практиків звернутися до проблеми, що розглядається, та запропонувати нові теоретичні матеріали. Враховуючи специфіку предмета дослідження, актуальність запропонованої статті полягає у виявленні та опрацюванні вітчизняної літератури.

Аналіз попередніх досліджень

На території незалежної України однією з перших, хто зацікавився зазначеною тематикою, є відомий фахівець у галузі гримувального мистецтва В. Медведєва (2007–2019). Дослідниця звертає увагу на значення опрацювання джерельної бази задля успішної практичної роботи з гримом на сцені театру (Медведєва, 2007, 2010, 2010b). У статті «Накопичування матеріалу для гриму як необхідна умова роботи актора над роллю» В. Медведєва (2007) окреслює

навчальні посібники, які, на її думку, є пріоритетними під час опрацювання біографії персонажа. У своїх подальших роботах дослідниця перераховує літературу з гримувального мистецтва, історії театру та майстерності актора, яка може знадобитись у процесі роботи над образом (Медведева, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018). Огляд літератури здебільшого обмежується коротким описом, що пояснюється заявленими темами наукових публікацій, які звертають увагу на інші питання дисципліни.

Знаковим став переклад на українську мову книги однієї з найвідоміших британських візажистів Л. Елдрідж (2018) «Писана краса. Історія макіяжу». Наприкінці книги в примітках автор подає список використаних джерел, що охоплює наукову, художню, публіцистичну літературу та різноманітні інтернет-джерела, опираючись здебільшого на англomовні ресурси. У роботі література використовується переважно як джерело цитування, що розкриває ключові аспекти зазначеної проблеми, а також наведено приклади, події, що пов'язані з історією макіяжу. Наведена база є місткою (175 найменувань), але потребує подальшої роботи та опрацювання.

Останніми роками значну увагу дослідженню гримувальних практик у fashion-індустрії приділяє А. Шаркіна (Момчилова) (2018–2021). Основні положення щодо цієї теми викладені в її дисертаційному дослідженні «Грим у модних інноваціях XXI століття: художні засоби і технології» (Шаркіна, 2021) у відповідному розділі «Історіографія, джерельна база, методи дослідження». Авторка звертається до праць культурологів, істориків, мистецтвознавців, психологів і гримерів. Дослідниця аналізує широке коло літературних джерел, які стосуються досліджень різних епох, зокрема приділяє увагу літературі, що пов'язана з театром античних часів, працями єгиптологів тощо. Так само, як і попередній автор, А. Шаркіна (2021) орієнтується на історичні етапи розвитку гримерних практик у контексті світової культури. Дослідниця окреслює літературу, що стосується питання формування понять «грим» і «макіяж». Оскільки українська культура не є пріоритетною у дослідженні автора, україномовна література потребує детального висвітлення та класифікації. Авторка окреслює роботи, що пов'язані з дослідженням українського театру та національної спадщини в контексті світового надбання з зазначеної теми, але зауважує, що «...спеціальних монографій і наукових праць, присвячених мистецтву гриму, аж до теперішнього часу обмаль» (Шаркіна, 2021, с. 26). Це доводить важливість розкриття теми та детального опрацювання наявної україномовної літератури задля подолання прогалів у галузі наукового дослідження вітчизняного гримувального мистецтва.

Дослідниця гриму у сфері дизайну К. Малярчук (2019а) у статті «Грим як об'єкт наукової рефлексії» класифікує літературні джерела на «практичні» та «наукові». Як і попередній автор, вона зазначає, що «...ґрунтового дослідження гриму, особливо в українській науці дизайну, не існує, як, власне, в низці суміжних наук, незважаючи на безспірний міждисциплінарний характер цього феномену» (Малярчук, 2019а, с. 288). Отже, з урахуванням класифікації автора, в статті представлена література переважно «практичного» характеру. Авторка звертається до широкого кола радянської літератури та закордонних праць,

які зробили значний внесок у дисципліну, натомість україномовні автори представлені лише двома прізвищами — М. Лосева (1960) та І. Шатохіна (1971). Так, означений контекст актуалізує наявну проблему, що стосується впровадження в наукову та педагогічну діяльність україномовної літератури з дисципліни, а також її очевидний брак, що своєю чергою підкреслює значення досліджень, які спрямовані на подолання прогалини.

■ **Мета статті**

Мета статті — здійснити історіографічний аналіз проблематики гримувального мистецтва в українському науковому дискурсі, починаючи від другої половини ХХ ст. і дотепер, та визначити на його основі перспективи подальшого культурологічного дослідження цього напряму мистецтва та фешн-індустрії.

■ **Результати дослідження**

Аналіз літератури з наведеної тематики другої половини ХХ ст., яка міститься у видавничому колі, дає змогу констатувати наявність декількох робіт україномовних авторів. Важливою для історії гримувального мистецтва України вважається робота П. Коваленка «Театральний грим» (1950), яка одна з перших розкриває досвід майстрів української сцени. На репродукціях містяться світлини провідних вітчизняних акторів, наприклад, яскраві сценічні образи української акторки театру та кіно Н. Ужвій та інших сучасників.

У 1960 році майстри з гриму Національної кіностудії художніх фільмів імені О. Довженка М. Лосєв та І. Шатохін видали книгу «Майстерність гриму» (1960), що розкриває досвід гримерів українського кіно в синтезі особливостей акторської психотехніки та роботи режисерів-постановників. Вона набула значної популярності та високо оцінена в професійному колі. Ця робота має великий тираж та досі є поширеною серед знавців, студентів і практиків. Видатному діячу гримувального мистецтва І. Шатохіну (1971) належить праця «Грим у театрі та в кіно». Зазначені роботи закладають основи для подальшого навчання сучасних українських фахівців відповідної професійної підготовки.

У радянський період формуються основи театального (академічного) гримувального мистецтва, що, безумовно, впливає на подальший його розвиток в Україні та світі. Фахівці не тільки зафіксували та передавали практичний досвід, автори практичних посібників зробили великий внесок щодо формування професійної гримувальної школи. Майстри закладали основи, які стосуються роботи з пастижерськими виробами, накладками та наліпками. Вони пропонують «гримувальні схеми», такі як «грим молодого обличчя», «повного», «худого» тощо. Окрема увага приділяється опрацюванню ескізувань. Автори розглянутих робіт багато років доводили свою актуальність у процесі підготовці фахівців, а також у практичній роботі з акторами та режисерами різних мистецьких напрямів. Хоча більшість праць відірвані від культурологічної методології, але вони за своєю формою є здебільшого підручниками з гриму з багатим ілюстративним матеріалом, безліччю порад стосовно послідовності роботи тощо. В цих роботах вбачаються перші спроби осмислення мистецтва гриму та надання йому теоретичних основ.

Значний внесок у дослідження мистецтва гриму здійснила В. Медведєва. З 2007 року дослідниця активно порушує тему гримувального мистецтва на різних конференціях, круглих столах і наукових виданнях. У 2007 р. виходить перша її наукова стаття «Накопичування матеріалу для гриму як необхідна умова роботи актора над роллю» (Медведєва, 2007). У ній міститься комплексне дослідження гримувального мистецтва та поширюється саме поняття гриму, що визнається візуальним рішенням персонажа. У наступних роботах авторка систематизує та пропонує нові виміри можливостей сценічного гриму, зокрема дослідження характерного гриму (Медведєва, 2010b), техніки трансформації актора за допомогою гриму (Медведєва, 2010a), маски в сценічному мистецтві (Медведєва, 2015), а також можливості гримувального мистецтва в масових видовищах та естрадних постановках (Медведєва, 2011, 2016, 2018, 2019b). Варто зауважити, що праці В. Медведєвої є вагомими кроками у піднесенні гримувального мистецтва з практичної площини до наукової, а саме мистецтвознавчої. У статті «Феноменологічна сутність гриму як складного структурно-функціонального утворення» (Медведєва, 2019a) та дослідженнях, що пов'язані зі спробами осмислення семіотичного аспекту гримувальних практик (Медведєва, 2013, 2014, 2017), авторка порушує актуальні питання на різних наукових рівнях, зацікавлює фахівців окремих спеціальностей звернутися до окресленої тематики. Окрім цього, будучи викладачем і практиком із великим досвідом, дослідниця займається просвітницькою діяльністю та впродовж 2008–2010 років оприлюднила низку статей у популярних періодичних виданнях. В. Медведєва зробила значний внесок у виховання спеціалістів, розвиток практичної сфери фаху та в наукову сферу з погляду педагогічних та емпіричних процесів. Ці події дають помітний поштовх для зародження нових вимірів дослідження гриму, розкривають свіжі напрями та підходи.

У цей період у мистецтвознавчому колі формується особливий інтерес до теми маски в сценічному просторі буття артиста. В цю дослідницьку галузь значний вклад зробила А. Медведєва (2012, 2018), яка підготувала низку статей і захистила дисертаційне дослідження «Маска в сценічному мистецтві артиста театру та естради». На сьогодні тему функціонування, особливостей і застосування масок у різних історичних зрізах досі можна назвати актуальною. З означеної тематики кожного року з'являються нові дослідження, що своєю чергою відкривають можливості практичного втілення отриманих їхніми авторами результатів. Цей напрям потребує окремого та детального вивчення, тому в статті це питання широко не розглядається.

У 2019 році почала свою роботу дослідниця та викладач А. Шаркіна (Момчилова) (2019–2021). У 2021 році вона захистила дисертаційне дослідження з теми «Грим у модних інноваціях XXI століття: художні засоби і технології» (Шаркіна, 2021). У роботі авторка вперше окреслила поняттєвий ряд термінологічного апарату, що стосується «гриму», «макіяжу» та «візажу» (Шаркіна, 2021, с. 33), проаналізувала функціональні особливості гримувального мистецтва у фешн-індустрії XXI ст. (Шаркіна, 2021, с. 5.), історичні аспекти, а також значну увагу приділила колористиці. А. Шаркіна зробила вагомий внесок у наукову складову гримувального мистецтва, а також розкрила сучасні практичні можли-

вості гриму у fashion-індустрії. Основні положення викладені у статтях (Момчилова, 2018a, 2018b, 2019; Шаркіна, 2020a, 2020b).

З 2019 р. з'являються праці К. Малярчук (2019–2021). Авторка досліджує історію використання гриму в українському театральному мистецтві (Малярчук, 2019b), а також звертає увагу на грим та маску як елементи сценічного образу (Малярчук, 2021a, 2021b). У цьому ж році заслужений працівник культури України З. Кравченко (2019) надрукувала статтю «Дослідження елементів африканської естетики художником-гримером для її втілення у театрі та кіно», в якій не тільки розкривається історичний досвід, але й порушується питання ідентифікаційних засобів виразності африканської культури.

У сфері фешн-індустрії продовжуються пошуки, що стосуються нових зображальних засобів. Дослідниця індустрії моди та краси Л. Дихнич (2019) презентує грим як складову створення художньо-подіумного образу в статті «Грим у подіумно-художньому образі». Останніми роками на міжнародних конференціях з'явилися цікаві співпраці. Наприклад, Л. Дихнич у співавторстві з А. Шаркіною (2020) порушують питання щодо педагогічної сторони предмета в роботі «Історичний та інноваційний досвід у системі освіти і практики художника-гримера». У 2021 році Л. Дихнич, А. Шаркіна та А. Харченко (2021) презентують у співавторстві доповідь «Засоби вираження індивідуальності людини в стародавніх цивілізаціях». Отже, прослідковуються пошуки дослідницями актуальних проблем та тем, що стосуються гримувального мистецтва.

У межах дослідження україномовної літератури варто окреслити перекладне закордонне видання, яке вплинуло на розвиток історії та теорії гримувального мистецтва України, — роботу Л. Елдрідж «Face Paint. The Story of Makeup» (2015). У 2018 році праця була перекладена українською мовою під назвою «Писана краса. Історія макіяжу» (Елдрідж, 2018). Ця книга не претендує на статус наукового видання, вона написана доступною мовою. Її зміст розкриває історію мистецтва мейкапу від часів стародавнього Єгипту та античності до сучасних технік і технологій, що спирається на достовірні факти та першоджерела. Редактори українського видання дали високу оцінку цьому дослідженню: «У процесі роботи над книгою візажист встигла попрацювати у величезній бібліотеці Condé Nast, де... проконсультувалася у безлічі фахівців з історії Античності й Середньовіччя, відзняла... колекцію вінтажного макіяжу і тисячу разів встигла все відредагувати і переписати» (Елдрідж, 2018). Робота містить широкий ілюстративний матеріал, який складають світлини різних років, документи, афіші тощо. Л. Елдрідж пропонує авторський прогноз трендів і перспектив, наводить велику кількість історій «ікон краси», які вплинули на розвиток б'юті-індустрії. Слід зауважити, що значну увагу автор приділяє семіотиці кольорів у контексті різних етапів світової історії краси. З огляду на це робота, безумовно, є важливою для зазначеної дисципліни. Вона розкриває ключові моменти гримувальних практик у контексті повсякденності та окреслює низку питань, які потребують у перспективі детальнішого вивчення з боку науковців різних сфер, наприклад, вплив модних тенденцій на культуру, мейкап у контексті «ритуалів краси» різних народів, символізм у макіяжі, зв'язок зовнішнього образу жінок із правами та свободами тощо. Оскільки робота Л. Елдрідж є однією

з перших, що перекладена державною мовою, вона відкриває широкі можливості у подальшій діяльності у цьому напрямі та збагаченні досвіду українських спеціалістів через ознайомлення із закордонними напрацюваннями. Доведено, що обмін досвідом в усіх сферах діяльності людини є важливим для наукової спільноти. З огляду на це слід звернути увагу на важливість перекладу на державну мову ключових праць провідних науковців світу, що займаються дослідженням у науковому дискурсі, включаючи культурологію, мистецтвознавство, психологію, історію, комп'ютерні технології, біомедичну сферу тощо задля ефективного впровадження їх у наукову, освітню та практичну діяльність. Ознайомлення українських науковців із роботами закордонних авторів окресленого напрямку значно поширить уявлення про науковий потенціал дослідження мистецтва гриму.

Вивчення літератури з гримувального мистецтва дає змогу запропонувати таку її класифікацію:

1. Навчальні посібники — матеріали, які допомагають вивчити основи гримувального мистецтва, зокрема техніки, інструменти, продукти та їх застосування. Посібники складають вузькотехнічну літературу, спрямовану на практичне опанування дисципліни для спеціалістів зазначеного напрямку роботи. Сюди також зараховують методичні розробки, робочі програми тощо. До цієї категорії можна зарахувати такі роботи: «Театральний грим» П. Коваленка (1950), «Майстерність гриму» М. Лосєва та І. Шатохіна (1960), «Грим у театрі і в кіно» І. Шатохіна (1971). Зазначені праці можна вважати початковим етапом у процесі аналізу мистецтва гриму, оскільки вони встановили теоретичні засади для подальших наукових пошуків.

2. Наукова література (статті, дисертації та монографії). В ній розкриваються особливості функціонування гримувального мистецтва в науковій площині, включаючи гуманітарну, природничу, медичну та суспільні науки. Сюди зараховують роботи: В. Медведєвої (2012, 2018), А. Медведєвої (2007, 2010b, 2014, 2019a, 2019b), К. Малярчук (2019a, 2019b, 2021a, 2021b), З. Кравченко (2019), А. Момчилова (2018a, 2018b, 2019), А. Шаркіної (2020a, 2020b, 2021, 2021b), Л. Дихнич (2019, 2020, 2021) та А. Харченко (2021).

3. Науково-популярна література, що викладена доступною мовою для широких мас читачів, містить відомості теоретичних та експериментальних досліджень із галузі наукової літератури. До цієї категорії належать книги, що містять відомості про історію та теорію мистецтва гриму. До означеної категорії належить книга Л. Елдрідж (2018) «Писана краса. Історія макіяжу».

4. Варто окремо виділити довідкову літературу — спеціально розроблені термінологічні словники з гримувальних практик. Частково питання термінологічного дискурсу порушували А. Шаркіна (2021) та В. Медведєва (2007), також короткі термінологічні словники представлені в навчальних посібниках (1950, 1960, 1971). Однак наразі не виявлено окремого надрукованого україномовного довідкового видання. Означений аспект відкриває перспективи для подальших наукових розробок.

Комплексний підхід до вивчення літературних джерел дає змогу виокремити праці, які ґрунтуються на дослідженні гриму у сфері сценічного мистецтва,

а також у фешн-індустрії — дизайні. Простежуються спроби окреслити теми, що стосуються глобальних питань культури та мистецтва, наприклад у працях В. Медведєвої. Однак цілеспрямованих культурологічних досліджень з цієї проблеми, на жаль, не виявлено. Перспективи культурологічних досліджень, пов'язаних з мистецтвом гриму, вбачаються у спробі вивести об'єкт дослідження за межі сценічного майданчика та дослідити його вплив на формування культурної динаміки, естетичних стандартів і сприйняття в межах різних культурних контекстів.

Пропозиція щодо розширення сфери дослідження гриму через його включення до культурологічного контексту відкриває перед науковими дослідниками нові можливості для аналізу та розуміння ролі гриму як важливого складника культурної спадщини. Звернення до культурологічних аспектів дасть змогу осмислити вплив гриму на формування національної ідентичності, соціальних ролей, стереотипів краси, культурних традицій, а також на взаємозв'язок між гримувальним мистецтвом і різними соціокультурними явищами.

Дослідження різних аспектів гриму з погляду культурології дасть змогу розкрити його роль у створенні та переосмисленні культурних норм, цінностей і символіки. Розглядаючи грим як елемент культурної спадщини, можна проникнути в історію, традиції та еволюцію соціально-культурного буття людини. Зовнішній образ людини, елементом якого є грим, відображає дух епохи та внесок у формування індивідуального та колективного самовираження. Дослідження, що пов'язані з означеними контекстами, можуть сприяти розумінню гриму як явища, що охоплює багатозначну символіку та культурні відтінки. Означені наукові пропозиції допоможуть визначити роль візуального образу та його сприйняття в контексті культурної еволюції, а також сприятимуть розкриттю його значення для суспільства в контексті культури повсякденності. Такий підхід сприятиме глибшому розумінню та оцінці впливу феномену на формування світогляду та сприйняття людиною навколишнього світу. Враховуючи зазначені чинники, дослідження мистецтва гриму в культурологічній площині можна назвати перспективним, що має потенціал зумовити нові відкриття та розширити розуміння культурного спадкування та його впливу на сучасний світ.

■ Висновки

Огляд літератури з окресленої теми дає змогу констатувати, що в науковому україномовному дискурсі ця спеціальність представлена вузьким колом дослідників, однак у цілому за останнє десятиліття доречно зауважити позитивні досягнення в її вивченні. Науковий дискурс закордонних праць створює основу для розгляду гриму як важливого культурного феномену. Проблематика гриму доводить свій невичерпний потенціал серед наукової та творчої спільноти. В україномовній літературі наукові праці стосуються здебільшого мистецтвознавчого підходу, але різняться за своєю спрямованістю. Цілеспрямованого культурологічного дослідження, пов'язаного з гримувальним мистецтвом, на жаль, не виявлено.

Запропонована класифікація літературних джерел, яку становлять навчальні посібники, наукова, науково-популярна та довідкова література.

Виявлено брак україномовної вузькоспеціалізованої літератури з урахуванням сучасних технологій навчання та використання інноваційних методик у галузі гримувальної сфери. Наукова спільнота потребує якісних напрацювань для активного використання у викладацькому, дослідницькому та експериментальному вимірах різних дисциплін. Вона затребувана для практичного застосування в роботі з майбутніми акторами драматичного театру та кіно, артистами циркових та естрадних мистецтв, балету та опери, візажистами та художниками з гриму.

Нааявна прогалина в науковій та науково-популярній україномовній та перекладній літературі. Розв'язання цього питання у перспективі спроможне не тільки розширити та поглибити досвід гримерної справи в кіно, мюзиклах, ТБ, рекламі тощо, а й відкрити нові можливості наукових напрямів у галузі культурології.

Авторка пропонує розширити область дослідження гримувального мистецтва, вивівши його до культурологічної площини. Означений підхід відкриває нові можливості для осмислення та аналізу гриму як важливого складника культурної спадщини. Враховуючи взаємозв'язок гриму з різноманітними соціокультурними чинниками, вивчення цього явища в культурологічному вимірі дасть змогу глибше зрозуміти його роль у формуванні культурних цінностей та взаємодії з іншими аспектами розвитку суспільства. У перспективі культурологічні дослідження, що пов'язані з гримувальним мистецтвом, сприятимуть комплексному аналізу та інтерпретації візуальних образів з погляду їх синхронії та діахронії.

■ Список посилань

- Дихнич, Л. П. (2019). Грим у подійно-художньому образі. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII(34), 1, 205, 7–9. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-205VII34-01>
- Дихнич, Л. П., Шаркіна, А., & Харченко, А. (2021, 22 квітня). Засоби вираження індивідуальності людини в стародавніх цивілізаціях. В *Актуальні проблеми сучасного дизайну* конференція [Матеріали конференції] (Т. 1, с. 28–31). Київський національний університет технологій та дизайну.
- Дихнич, Л., & Шаркіна, А. (2020). Історичний та інноваційний досвід у системі освіти і практики художника-гримера. *Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору*, 1(86), 155–164.
- Елдрідж, Л. (2018). *Писана краса. Історія макіяжу*. (Т. Кривов'яз, & Є. Тарануха, пер.). ArtHuss.
- Коваленко, П. (1950). *Театральний грим* (2-ге вид.). Мистецтво.
- Кравченко, З. (2019). Дослідження елементів африканської естетики художником-гримером для її втілення в театрі та кіно. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 2(1), 24–32. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.2.1.2019.170855>
- Лосев, М., & Шатохін, І. (1960). *Майстерність гриму*. Музгиз.
- Малярчук, К. Г. (2019а). Грим як об'єкт наукової рефлексії. *Культура й сучасність*, 1, 288–292. <https://journals.uran.ua/kis/article/download/181089/181114>
- Малярчук, К. Г. (2019б). Особливості використання гриму в українському театральному мистецтві. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 40, 45–50. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.40.2019.172675>

- Малярчук, К. Г. (2021a). Грим і маска як структурні складники сценічного образу. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 45, 191–198. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.45.2021.247392>
- Малярчук, К. Г. (2021b). Мистецтво гриму: соціальний міф та соціальна стратифікація. *Культура і сучасність*, 1, 121–126. <https://journals.uran.ua/kis/article/download/238600/237211>
- Медведева, А. О. (2012). *Маска у сценічному мистецтві артиста театру та естради* [Дисертація кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Медведева, А. О. (2018). Техніка трансформації як своєрідна форма перевтілення актора. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 1, 18–27. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.1.2018.140832>
- Медведева, В. В. (2007). Накопичування матеріалу для гриму як необхідна умова роботи актора над роллю. *Культура України*, 20, 224–230.
- Медведева, В. В. (2010a). Грим і трансформація образу в сценічному мистецтві. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 55–56). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2010b). Пошуки характерності в гримі як умова створення цілісного художнього образу. *Культура України*, 31, 193–199.
- Медведева, В. В. (2011, 21–22 квітня). Особливості гриму на естраді. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 152–153). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2013). Семіотика гриму. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 204–205). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2015, 22–23 квітня). Сучасні тенденції гриму в масових видовищах. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 147–148). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2016, 21–22 квітня). Особливості сценічного макіяжу. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 237–238). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2017, 20–21 квітня). Макіяж як відображення соціального статусу жінки. В *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* [Матеріали конференції] (с. 207–208). Харківська державна академія культури.
- Медведева, В. В. (2018, 30 березня). Новітні тенденції гримувального мистецтва у сучасних масових видовищах. В *Інноваційні підходи і сучасна наука* [Матеріали конференції] (Ч. 1, с. 23–29). Велес.
- Медведева, В. В. (2019a). Сучасні технології використання гримувального мистецтва в створенні художнього образу на естраді. *Соціально-гуманітарний вісник*, 25, 106–109.
- Медведева, В. В. (2019b). Феноменологічна сутність гриму як складного структурно-функціонального утворення. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 30, 165–169.

- Медведева, В. В. (2014). Семіотичний аспект мистецтва гриму. *Культура України*, 46, 228–235.
- Момчилова, А. (2018a). Колір як образотворчий засіб гриму. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 28, 294–299.
- Момчилова, А. (2018b). Науково-теоретичні засади дослідження гриму в мистецьких практиках. *Вісник КНУКіМ. Серія Мистецтвознавство*, 38, 259–268. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.38.2018.141828>
- Момчилова, А. (2019). Грим у модних інноваціях. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII((34), I, 205). 15–17. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-205VII34-03>
- Шаркіна, А. Г. (2020a). Практики гриму в fashion-інноваціях: специфіка, функції. *Art and Design*, 3, 132–144.
- Шаркіна, А. Г. (2020b). Художня структура тематичного жіночого образу з фольклорними мотивами: етапи створення. *Art and Design*, 2(10), 147–157.
- Шаркіна, А. Г. (2021). *Грим у модних інноваціях XXI століття: художні засоби і технології* [Дисертація кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Шатохін, І. О. (1971). *Грим у театрі і в кіно*. Мистецтво.

References

- Dykhnych, L. (2019). Hrym u podiumno-khudozhnomu obrazі [Grim as a podium-art image]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII((34), I, 205), 7–9. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-205VII34-01> [in Ukrainian].
- Dykhnych, L. P., Sharkina, A., & Kharchenko, A. (2021, April 22). Zasoby vyrazhennia indivіdualnosti liudyny v starodavnikh tsyvilizatsiiakh [Means of expressing human individuality in ancient civilizations]. In *Aktualni problemy suchasnoho dizainu konferentsiia* [Actual problems of modern design conference] [Conference materials] (Vol. 1, pp. 28–31). Kyiv National University of Technologies and Design [in Ukrainian].
- Dykhnych, L., & Sharkina, A. (2020). Istorychnyi ta innovatsiyni dosvid u systemi osvity i praktyky khudozhnyka-hrymera [Historical and innovative experience in the make-up artist education and practice system]. *Higher Education of Ukraine in the Context of Integration to European Educational Space*, 1(86), 155–164 [in Ukrainian].
- Eldrydzh, L. (2018). *Pysana krasa. Istoriia makiiazhu* [Face Paint: The Story of Makeup]. (T. Kryvoviaz, & Ye. Taranukha, Trans.). ArtHuss [in Ukrainian].
- Kovalenko, P. (1950). *Teatralnyi hrym* [Theatrical makeup] (2nd ed.). Mysterstvo [in Ukrainian].
- Kravchenko, Z. (2019). Doslidzhennia elementiv afrykanskoї estetyky khudozhnykom-hrymerom dlia yїї vtilennia v teatri ta kino [Research of elements of African aesthetics by a make-up artist for its implementation in theater and cinema]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, 2(1), 24–32. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.2.1.2019.170855> [in Ukrainian].
- Losiev, M., & Shatokhin, I. (1960). *Maisternist hrymu* [The mastery of makeup]. Muzghyz [in Ukrainian].
- Maliarchuk, K. H. (2019a). Hrym yak ob'iekt naukovoї refleksiї [Grim as an object of scientific reflection]. *Culture and contemporaneity*, 1, 288–292. <https://journals.urau.ua/kis/article/download/181089/181114> [in Ukrainian].

- Maliarchuk, K. H. (2019b). Osoblyvosti vykorystannia hrymu v ukrainskomu teatralnomu mystetstvi [Peculiarities of makeup use in the Ukrainian theatre art]. *Bulletin of KNUKIM. Series in Arts*, 40, 45–50. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.40.2019.172675> [in Ukrainian].
- Maliarchuk, K. H. (2021a). Hrym i maska yak strukturni skladnyky stsenichnoho obrazu [Makeup and mask as structural components of the stage image]. *Bulletin of KNUKIM. Series in Arts*, 45, 191–198. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.45.2021.247392> [in Ukrainian].
- Maliarchuk, K. H. (2021b). Mystetstvo hrymu: sotsialnyi mif ta sotsialna stratyfikatsiia [The makeup art: social stratification and social myth]. *Culture and contemporaneity*, 1, 121–126. <https://journals.urau.ua/kis/article/download/238600/237211> [in Ukrainian].
- Medvedieva, A. O. (2012). *Maska u stsenichnomu mystetstvi artysta teatru ta estrady* [The Mask in the Performing Art of a Theater and Variety Artist] [PhD dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Medvedieva, A. O. (2018). Tekhnika transformatsii yak svoieridna forma perevtilennia aktora [Transformation technique as a peculiar form of actor's transformation]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, 1, 18–27. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.1.2018.140832> [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2007). Nakopychuvannia materialu dlia hrymu yak neobkhdna umova roboty aktora nad rollyu [Accumulation of material for makeup as a prerequisite for the actor over the role]. *Culture of Ukraine*, 20, 224–230 [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2010a). Hrym i transformatsiia obrazu v stsenichnomu mystetstvi [Makeup and transformation of the image in stage art]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 55–56). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2010b). Poshuky kharakternosti v hrymi yak umova stvorennia tsilisnoho khudozhnoho obrazu [Searching character in makeup as a condition for creating a holistic artistic image]. *Culture of Ukraine*, 31, 193–199 [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2011, April 21–22). Osoblyvosti hrymu na estradi [Features of makeup on the stage]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 152–153). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2013). Semiotyka hrymu [Semiotics of makeup]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 204–205). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2014). Semiotychnyi aspekt mystetstva hrymu [The semiotic aspect of the art of makeup]. *Culture of Ukraine*, 46, 228–235 [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2015, April 22–23). Suchasni tendentsii hrymu v masovykh vydovyshchakh [Modern frying trends in mass spectacles]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 147–148). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2016, April 21–22). Osoblyvosti stsenichnoho makiiazhu [Features of stage makeup]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 237–238). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].

- Medvedieva, V. V. (2017, April 20–21). Makiiazh yak vidobrazhennia sotsialnogo statusu zhinky [Makeup as a reflection of a woman's social status]. In *Kultura ta informatsiine suspilstvo XXI stolittia* [Culture and Information Society of the 21st Century] [Conference materials] (pp. 207–208). Kharkov State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2018, March 30). Novitni tendentsii hrymuvalnogo mystetstva u suchasnykh masovykh vydovyshchakh [The latest trends of grunting art in contemporary mass spectacles]. In *Innovatsiini pidkhody i suchasna nauka* [Innovative approaches and modern science] [Conference materials] (Ch. 1, pp. 23–29). Veles [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2019a). Suchasni tekhnologii vykorystannia hrymuvalnogo mystetstva v stvorenni khudozhnogo obrazu na estradi [Modern technologies for the use of grunting art in creating artistic image on stage]. *Sotsialno-humanitarnyi visnyk*, 25, 106–109 [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. V. (2019b). Fenomenolohichna sutnist hrymu yak skladnogo strukturno-funktsionalnogo utvorennia [The phenomenological essence of makeup as a complex structural and functional formation]. *Ukrainian Culture: the past, modern, ways of development*, 30, 165–169 [in Ukrainian].
- Momchylova, A. (2018a). Kolir yak obrazotvorchyi zasib hrymu [Color as a visual means of makeup]. *Ukrainian Culture: the past, modern, ways of development*, 28, 294–299 [in Ukrainian].
- Momchylova, A. (2018b). Naukovo-teoretychni zasady doslidzhennia hrymu v mystetskykh praktykakh [Scientific and theoretical principles of makeup research in art practices]. *Bulletin of KNUKIM. Series in Arts*, 38, 259–268. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.38.2018.141828> [in Ukrainian].
- Momchylova, A. (2019). Hrym u modnykh innovatsiiakh [Stage makeup in fashion innovations]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII((34), I, 205), 15–17. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-205VII34-03> [in Ukrainian].
- Sharkina, A. H. (2020a). Khudozhnia struktura tematychnoho zhinochoho obrazu z folkloornymy motyvamy: etapy stvorennia [Art structure of the thematic female image according to folklore motives: stages of creation]. *Art and Design*, 2(10), 147–157 [in Ukrainian].
- Sharkina, A. H. (2020b). Praktyky hrymu v fashion-innovatsiiakh: spetsyfika, funktsii [Makeup practices in fashion innovations: specifics, functions]. *Art and Design*, 3, 132–144 [in Ukrainian].
- Sharkina, A. H. (2021). *Hrym u modnykh innovatsiiakh KhKhl stolittia: khudozhni zasoby i tekhnologii* [Makeup in fashion innovations of the XXI century: artistic means and technologies] [PhD dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Shatokhin, I. O. (1971). *Hrym u teatri i v kino* [Makeup in theater and cinema]. *Mystetstvo* [in Ukrainian].

MAKE-UP ART IN THE UKRAINIAN SCIENTIFIC DISCOURSE: HISTORIOGRAPHICAL ANALYSIS AND PERSPECTIVES OF CULTURAL STUDIES

Oleksandra Proskuriakova

PhD student,

Kharkiv State Academy of Culture,

Kharkiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-6794-7181

e-mail: asp_oleksandra_bilous@xdak.ukr.education

The aim of the article is to carry out a historiographical analysis of the make-up art problems in Ukrainian scientific discourse, starting from the second half of the twentieth century to the present day, and to determine, on its basis, the prospects for further cultural research of this area of art and the fashion industry. *Results of the research.* The key scientific works related to the study of make-up art in the scientific discourse and published in the national language have been identified and analysed. Their classification is proposed, which made it possible to identify the main thematic areas, methodological approaches and possible gaps in the experience of studying the art of make-up. *The scientific novelty* of the study lies in the fact that, for the first time, an attempt was made to systematise and analyse the available Ukrainian-language literature from the mid-twentieth century to the present, which deals with the art of make-up. *Conclusions.* The article proves the relevance of the works of Ukrainian authors to the development of scientific and creative aspects of Ukrainian art. The author suggests ways to solve the problems associated with the wide opportunities for research in various scientific studios, encouraging linguists, translators and publishing editors to address the problem. In the future, the above-mentioned aspect may encourage young professionals to publish manuals, methodological materials, scientific articles, theses, etc., as well as to contact and exchange experience with European communities. An in-depth study and analysis of various aspects of the scientific understanding of make-up art will further allow us to explore make-up in cultural studies related to the interaction of make-up with socio-cultural factors, society, identity and role constructions, aesthetics, transnational, intercultural and other key cultural factors.

Keywords: make-up art; scientific discourse; Ukrainian-language literature; literature classification; cultural studies



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293800
УДК 793.322:7.021.2]:[316.72:327.82(477)"364"

ПРОЄКТИ ДІЯЧІВ СУЧАСНОГО ТАНЦЮ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Віктор Рубан

Аспірант,
Інститут проблем сучасного мистецтва,
Національна академія мистецтв України,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-7902-7411
e-mail: viktor.ruban@rpitp.com

Для цитування:

Рубан, В. (2023). Проєкти діячів сучасного танцю як інструмент культурної дипломатії України в умовах воєнного стану. *Питання культурології*, 42, 270–285. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293800>

Мета статті — представити та проаналізувати події і проєкти сучасного танцю України, що відбулися після початку повномасштабного вторгнення, в контексті культурної дипломатії, визначити їх культурно-історичний вплив, врахувавши інституційний вимір. *Результати дослідження*. Задokumentовано та репрезентовано різні форми міжнародної діяльності представників українського сучасного танцю, а також застосовано системно-структурний метод до огляду представлених кейсів, враховуючи інституційний аспект їхньої реалізації. На підставі компаративного аналізу окреслено їх культурно-історичний вплив у контексті культурної дипломатії України. *Наукова новизна* полягає в дослідженні культурного впливу актуальної мистецької діяльності діячів сучасного танцю України на процеси культурної дипломатії, а також виявленні ключової ролі локальних і міжнародних інституцій. *Висновки*. Серед розглянутих проєктів, ініційованих діячами сучасного танцю в межах титульних міжнародних подій, варто зазначити: Festival d'Avignon 2022 (Франція), Tanzmesse 2022 (Німеччина) та Edinburg Fringe Festival 2023 (Велика Британія). Проєкти, які відбулися в межах окреслених подій, були успішно представлені за підтримки та в співпраці з урядами цих країн, що є особливо значущим з огляду на те, що вони для України є країнами стратегічної важливості. Здійсненню ініціатив значною мірою сприяла солідарність партнерських інституцій незалежного сектору інших країн, і саме незалежний сектор в Україні здійснює успішну діяльність з популяризації сучасної української культури на міжнародному рівні. Подальше дослідження та порівняльний аналіз внеску діячів різних видів мистецтв до консолідації міжнародної підтримки дасть змогу окреслити прояви культурно-історичного впливу та допоможе значно доповнити розуміння ролі діяльності української культурної спільноти для держави.

Ключові слова: сучасний танець; танцювальний проєкт; перформативне мистецтво; культурна дипломатія; інституція

Вступ

Для ключових партнерів України в боротьбі за суверенітет і звільнення територій (країни ЄС і більшість членів НАТО) культура є важливою платформою для забезпечення сталого розвитку, діалогу в суспільстві, порозуміння та міжкультурної інтеграції. Представленість сучасного мистецтва, його візуальних форм, а також сучасного репертуару, актуальних сценічних практик перформативного мистецтва (сучасного танцю, театру, нового цирку, мистецтва перформансу тощо) є важливими для розуміння культури сучасної України за кордоном, створення позитивного іміджу та встановлення міжнародних відносин.

На жаль, переважна частина значущих незалежних низових ініціатив культурної дипломатії у сфері танцю і театру проходить поза увагою як українських ЗМІ, так і дослідників, хоча становить неабиякий інтерес для провідних ЗМІ Великої Британії, Франції та США. Вона також є предметом численних панельних дискусій і професійних обговорень найбільших інституцій сучасного танцю у світі.

Сьогодні в україномовному науковому дискурсі сучасний танець досліджується дуже мало і здебільшого в контексті аналізу процесів хореографічної культури чи сучасної культури загалом. Культурологічний і мистецтвознавчий аналіз фіксує переважно окремі феномени сучасного танцю чи загальні тенденції суто в межах мистецтва танцю або танцювальної культури. Водночас після початку повномасштабного вторгнення діяльність значної кількості представників українського сучасного танцю, які працюють на міжнародному рівні і відповідають на виклики сьогодення, відбувається не стільки у створенні нових вистав чи регулярної мистецької практики, а в площині культурної дипломатії.

Аналіз попередніх досліджень

Сучасний танець в Україні досі залишається малодослідженим явищем, а також висвітлюється з великою кількістю термінологічних перверсій і неточностей під назвами: контемпорарі, модерн, постмодерн, контемп тощо. Часто він розглядається в контексті стилів або технік, що суттєво звужує палітру його функціонування, тоді як закордонні дослідники присвячують вагомим монографіям концептуалізації та визначенню поняття сучасного танцю, як-от Ж. Арут (Arout, 1955) та Д. Фретард (Frétard, 2004), І. Жіно та М. Мікель (Ginot & Michel, 2002), які досліджують його в контексті культури танцю і розвитку танцювального мистецтва, або А. Лепекі (Lereski, 2006), який вивчає «політики» танцю і тілесність.

Серед наукових робіт, що розглядають теорію та історію розвитку сучасного танцю в Україні, окремі аспекти його функціонування, варто взяти до уваги праці таких українських мистецтвознавців і культурологів, як В. Пастух (1999), Д. Шариков (2010), М. Погребняк (2007; 2015), Н. Корисько (2015), Н. Чілікіна (2014), О. Чаус (2011), О. Хендрік (2017) та ін. Проте на сьогодні ще не було проведено ні комплексного аналізу наявних концептів сучасного танцю, ні огляду його актуального стану в Україні. Серед поодиноких спроб дослідження

взаємозв'язку хореографічного мистецтва зі світовою художньою культурою можна лише згадати колективні монографії 2020 року за редакцією О. Плахотнюка (2020). Але навіть у цій праці сучасний танець не виділяється в окреме дослідження.

Після початку повномасштабного вторгнення було здійснено кілька спроб висвітлити в медіа актуальну ситуацію сучасного танцю, серед яких варто зазначити розвідку однієї з провідних арткритиків, яка спеціалізується на висвітленні танцю у NY Times, — Джіа Курлас (Kourlas, 2022). Загалом огляду й аналізу преси стосовно висвітлення процесів, що відбуваються в сучасному танці України, варто присвятити окрему наукову розвідку. Проте важливо зазначити, що в цій статті ми зосередимось на висвітленні в міжнародних медіа сучасного танцю України та його представників, які стали активними учасниками культурної дипломатії України та моменту повномасштабного вторгнення. Вичерпний аналіз всієї діяльності представників сучасного танцю України в контексті широкої культурної дипломатії після початку повномасштабного вторгнення є предметом наукового дослідження. Для висвітлення розмаїття форм культурної дипломатії та їх аналізу буде представлено кейси культурної діяльності, розроблені автором статті — представником сучасного танцю.

У працях вітчизняних науковців здійснено спроби обґрунтування терміна «культурна дипломатія» та вивчення різноманітних аспектів цієї проблематики. Зокрема, висвітленню особливостей розвитку культурної дипломатії в сучасних умовах присвятили увагу М. Поплавська (2022), Г. Лучишин та А. Гончарук (2017), виявленню її місця і ролі у зовнішньополітичному напрямі діяльності України присвячено роботу І. Мусієнко (2015) та ін. У представленій статті можемо визначити культурну дипломатію як напрям зовнішньої політики та міжнародної діяльності, що здійснюється як державами, так і у співпраці з державними або приватними суб'єктами, у взаємодії з іншими державами, міжнародними організаціями та окремими особами з метою поширення культури країни за кордоном.

Попри широке застосування поняття «культурна дипломатія» в риториці і політичних діячів, і діячів культури та мистецтв, у теоретичному дискурсі це поняття досі не отримало належного висвітлення. Інституційний аспект у контексті сучасного танцю і культурної дипломатії, на жаль, не знайшов висвітлення у роботах науковців і дослідників-культурологів. В Україні здебільшого інституалізація спирається на засадничі визначення понять Д. Норта (Норт, 2000). Цей аспект розглядається і зустрічається переважно в контексті політичних та економічних досліджень, проблематизуючи і контекстуалізуючи застосування базових визначень до теоретичного дискурсу в Україні, наприклад, М. Кармазіною та О. Шурбованою (2006).

■ Мета статті

Мета статі — представити та проаналізувати події та проекти сучасного танцю України, що відбулися після початку повномасштабного вторгнення, в контексті культурної дипломатії, сформулювати їх культурно-історичний вплив, врахувавши інституційний вимір.

■ Результати дослідження

Після початку повномасштабного вторгнення стало очевидним, що війна, яка ведеться росією в Україні, є війною світоглядів, цінностей і культур — авторитарної тиранії проти демократії. У цій війні також очевидно є важливість стійкості нашої держави, швидкість і динамічний процес розвитку як у технологіях, пов'язаних з військовою справою, так і у гуманітарній сфері — особливо в освіті та педагогіці, культурі та мистецтві.

У 2014–2015 роках у межах ініціативи Асамблея діячів культури України та експертної групи «Культура в рамках Реанімаційного пакета реформ», в публічних обговореннях підкреслювалася важливість не тільки адвокації реформ задля зміни парадигми культури, але і важливість широкої культурної дипломатії безпосередньо діячами культури і мистецтв. Під час спільних обговорень, круглих столів, робочих зустрічей автор статті спільно з іншими діячами культури визначили та публічно представили (Ukraine Media Center, 2015) важливість зміни парадигми культури з «культури, яка обслуговує» ідеологію і потреби влади / партії / державного апарату / тощо, притаманної радянському періоду (яку не було переглянуто та змінено на державному рівні досі, з моменту здобуття Україною незалежності у 1991 році) на парадигму «державної культурної політики, що базується на принципах сталої підтримки та розвитку культурного процесу», як частини творення громадянського суспільства — обов'язкового складника розвинених демократичних країн.

Сучасний танець завжди твориться, відгукуєчись на потреби сьогодення, і його представники в усьому світі суттєво впливають на розвиток хореографічного мистецтва і культури загалом. Однак навчальні програми сучасного танцю в Україні, що здебільшого орієнтуються на вивчення виконавської майстерності, звужують сприйняття сучасного танцю в контексті формального підходу, зводячи його до категорії стилів і технік, проти сприйняття його як живої практики розвитку танцювальної та хореографічної культури.

Класична хореографія, як і народна сценічна, динамічно розвиваються, але є канонізованими видами хореографічного мистецтва. Проте загалом танець і хореографія — не надто усталений вид мистецтва, і сучасний танець, окрім розробки різних підходів до роботи тіла (технік), нової танцювальної лексики, нового репертуару вистав, методів композиції, дотичний також до пошуку нових форм роботи з актуалізованими темами та форматів взаємодії з глядачем тощо.

В Україні сучасний танець досі перебуває на етапі протоінституціоналізації. Ми не маємо інституцій (Кармазіна & Шурбована, 2006), тобто конкретних, визнаних державою підрозділів або агенцій, які опікуються саме сучасним танцем і розвитком хореографічного мистецтва загалом. Єдиними інституціями, представленими на державному рівні, що формалізують у контексті загальної культури танцю й мистецтва хореографії сучасний танець і сучасну хореографію, можна зазначити лише мистецькі заклади освіти. На жаль, державні заклади освіти хореографічного спрямування до 2022 року були переважно локально спрямованими та слабо включеними в загальноєвропейський академічний і мистецький хореографічний простір.

Нині ця ситуація поступово змінюється, проте сучасний танець України, його процеси та потреби репрезентують представники саме незалежного сектору: окремі митці, мистецькі групи, незалежні організації та інституції, зокрема танцювальні компанії, школи танцю, театри танцю, менеджери культури, продюсери, промоутери, продюсерські агенції, що працюють з танцем, фестивалі танцю, танцювальні резиденції, громадські та благодійні організації, які працюють у сфері перформативного мистецтва і сучасного танцю та ін. Вони мають найбільшу суб'єктність у контексті сучасного танцю України, визнану на міжнародному рівні. Серед найактивніших на міжнародному рівні варто особливо згадати: БО МБФ Імпульс Трансформація Платформа, ГО Платформа Сучасного Танцю, театр танцю «Plastilin», Apache Crew, Insha Dance Company, Hooligan Art Community, Ruban Production ITP, TanzLaboratorium та Totem Dance Theater.

У зв'язку з викликами, пов'язаними з великою війною, авторів статті — хореографу, режисерові та продюсеру сучасного танцю — доводиться взаємодіяти на регулярній основі із понад 3 500 діячами культури і мистецтв, представниками дипломатичних місій, мистецьких та культурних інституцій у 54 країнах. У 2022–2023 роках було взято участь у реалізації понад 140 проєктів, пов'язаних із консолідацією міжнародної спільноти на підтримку України. Серед наймасштабніших подій, окрім розглянутих нижче, варто згадати такі (у відповідній хронологічній послідовності): публічна зустріч «In Solidarity with the Ukrainian Performing Arts», організована Лігою незалежних театрів Нью-Йорку (США), спеціальна подія «EDN Encounter: Support for the Ukrainian Dance Community», присвячена пошуку шляхів підтримки діячам сучасного танцю України від European Dancehouse Network (Європейської мережі центрів танцю), що відбулася у м. Прага (Чехія), панельна дискусія «War and Violence — What Can Dance Do?» в рамках Танцконгресу 2022 у м. Майнц (Німеччина), відеоінтервенція в рамках спеціальної програми, присвяченої сучасному мистецтву України під час бієнале сучасного мистецтва Тайваню 2022 (Taiwanannual 2022) (Тайвань), подкаст «Мистецтво під час війни» (Art in times of war) з Полом Баргето (Paul Bargeto) та Ральфом Талмонтом (Ralph Talmont) на платформі Fireside (Art in a time of war, 2023) (Польща, США), закриті обговорення з командою Танцmesse 2022 (Tanzmesse 2022) у м. Дюссельдорф (Німеччина), з'їзд Європейського культурного парламенту 2022 (Europeal Cultural parliament) з фокусом — наслідки війни в Україні для світової культури в м. Каунас (Литва), спеціальне публічне обговорення з інтелектуалами та представниками уряду Великої Британії «Україна та дилеми дипломатії: чи має мир шанс?» («UKRAINE & THE DILEMMAS OF DIPLOMACY: GIVE PEACE A CHANCE?») в рамках фестивалю публічних дебатів Battle of ideas, сезон 2022 (Битва Ідей) у м. Лондон (Велика Британія), серія публічних зустрічей з митцями сучасного танцю та освітянами України на базі університету Ріверсайд (Riverside) у Каліфорнії (США) (Art in a Time of War, 2023), світового конгресу 2023, «Міжнародного Інституту Театру» (International Theater Institute) у м. Фуджайра (ОАЕ) (Олексюк, 2023), міжнародного симпозіуму технологічного мистецтва ISEA 2023 Symbiosis у м. Париж (Франція).

З минулого року автор статті як співзасновник і представник БО МБФ Імпульс Трансформація Платформа був на постійному зв'язку як з митцями, так

і з діячами танцю і театру, які залишилися в Україні. Завдяки мережі партнерів і впізнаваності до нашої команди зверталися за рекомендаціями, що допомогло започаткувати, зокрема, програму Фонд екстреної допомоги діячам перформативного мистецтва України (Рубан, 2022).

Комунікація з організаціями та інституціями як в Україні, так і з іноземними партнерами давала змогу постійно аналізувати активності та процеси, які відбуваються, і формувати їх для представлення іноземним колегам, представникам інституцій Європи та світу, а також аудиторіям міжнародних партнерів. Варто зазначити, що результати аналізу, як і результати цих процесів, про які йшлося на публічних і робочих зустрічах, вражали закордонних колег ґрунтовністю, інноваційністю та глибокою проактивною залученістю українських діячів танцю до суспільних і культурних процесів.

Неодноразово натхненні прикладами нашої діяльності та унікальних процесів колеги, для представлення актуальної української культури своїм партнерам та глядацьким аудиторіям, створювали окремі спеціальні події, фестивальні програми або навіть нові мистецькі проекти. Варто зазначити, що ці заходи мають особливу цінність з огляду на те, що були організовані в безпосередній співпраці і варті окремого розгляду.

У квітні 2022 року Ліга незалежних театрів Нью-Йорка організувала на знак підтримки велику онлайн-зустріч незалежної перформативної сцени м. Нью-Йорк з представниками танцю і театру з України для знайомства, під час якої очевидною стала абсолютна необізнаність наших колег із бурхливим культурним процесом, який відбувався та відбувається в Україні попри загрозу для життя і діяльності. Один з учасників цієї зустрічі Джозеф Родріґес (Joseph W. Rodriguez), очільник незалежної театральної компанії Playhouse Creatures, запропонував організувати спеціальну фестивальну програму «Голоси Спротиву» (Voices of Resistance, n.d.), щоб познайомити своїх глядачів і партнерів з українським мистецтвом танцю і театру в спільному кураторському рішенні. Під час триденної програми показів та обговорень були представлені шість відеовистав від п'яти незалежних організацій, що працюють із сучасним танцем і належать до найактивніших на міжнародному рівні.

З ініціативи американської сторони було організовано зустріч-розмову між митцями, діячами культури та політиками, до якої долучилася тогочасна очільниця Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти Галина Григоренко та очільниця Національного Центру імені Олександра Довженка Олена Гончарук. Така участь дала змогу їм не тільки спонукати до солідарності, але й представити потреби ширшого культурного середовища України незалежній сцені Нью-Йорка. У рамках фестивалю у місті Нью-Йорк перед публічною зустріччю відбулася також читка листування автора статті з всесвітньо відомою французькою хореографкою Матільд Моньє (Mathilde Monnier), яке розпочалося з перших днів повномасштабного вторгнення. В ньому автор статті описує маловідомі факти про культуру та історію України, які мали ключове значення для розуміння ситуації. Пояснення складних речей на простих прикладах з поточного життя автора дало змогу сприймати цю інформацію на дуже персональному рівні.

З огляду на високу цінність для розуміння, з ініціативи Матільд Монье, для поширення на широкий франкомовний загаль листування було опубліковано в незалежних виданнях LOKO та Mediapart (Hernandez, 2022). Публікація спричинила значний резонанс і високу хвилю солідарності діячів сцени незалежних і національних інституцій у Франції. Ця солідарність своєю чергою допомогла із залученням політичної та фінансової підтримки для термінової організації в межах одного з найбільших у світі фестивалів театру та танцю у м. Авіньйон у Франції двох дуже важливих у 2022 році подій: панельної дискусії «Криза і солідарність» («Crises et solidarités») (Onda, 2022) та фестивальної програми «Павільйони Майбутнього» («Pavillons du Futur») (*Pavillon Ukrainien*, n.d.) за особливого сприяння ONDA (Національного офісу дистрибуції мистецтв уряду Франції) та Міністерства культури Франції. ONDA на знак підтримки зробила панельну дискусію «Криза і солідарність» частиною щорічної презентації результатів своєї діяльності.

Захід було здійснено для привернення особливої уваги інституціям Франції до незалежної сцени театру і танцю, які отримують фінансування своєї програмної діяльності саме від ONDA. Ключовою була якісна підготовка цієї панелі з акцентом на особливе значення ситуації в Україні для культурних процесів у Європі, а також долучення до розмови представників інших країн з Близького Сходу та Африки для обговорення криз у світі та необхідності міжнародної солідарності діячів культури задля спільного долання наслідків. Фестивальна програма «Павільйони майбутнього» була ініційована нашими колегами — незалежною мистецькою інституцією La Manufacture, а саме Фредеріком Поті (Frédéric Poty) та Паскалем Кайзером (Pascal Keiser). Обговорювалася можливість створення такої програми ще восени 2021 року, але з огляду на те, що подібні заходи потрібно готувати за півтора-два роки до проведення (формування програми, пошук фінансування тощо), то до підготовки розглядався сезон 2023–2024.

Після початку повномасштабного вторгнення Фредерік Поті та Паскаль Кайзер прийняли рішення коштом бюджету власної інституції зробити таку програму вже у 2022 році та почали про це вести перемовини з Українським інститутом, залучивши театральну менеджерку Вероніку Скляріву до кураторської групи. Паралельна безпосередня комунікація з ONDA та підтримка з боку Асоціації національних хореографічних центрів допомогла отримати підтримку також Міністерства культури Франції для реалізації цього заходу. Це дало змогу вперше представити програму вистав сучасного театру і танцю України професійній міжнародній спільноті, презентувати два виставкові проекти, провести пітчінг-сесії, публічні розмови з українськими авторами та серію панельних дискусій про сучасний танець в Україні, український театр у контексті постколоніалізму, воєнну діяльність українського театру тощо. Але з погляду культурної дипломатії завдяки підтримці уряду Франції, окрім посадовців міністерства культури та ONDA, було проведено додаткову зустріч з делегацією очільників Французького Інституту у двадцяти країнах світу, які також перебували в Авіньйоні та взяли участь наживо у перформативній читці вистави «Крим п'ята ранку».

Наступною дуже важливою подією, яку варто проаналізувати, є онлайн-зустріч «Креативна Фабрика Думки» ("Creative Think Tank", 2023), присвячена

висвітленню застосування практик сучасного танцю до формування психоемоційної резильєнтності та до розширення прав і можливостей громадян. Програми психоемоційного відновлення Українців ініційовані або реалізовані автором спільно з іншими діячами сучасного танцю, зокрема Людмилою Мовою, Микитою та Аллою Кравченко, Таїсією Тимофєєвою, Ларисою Бабій та ін. (Васіна, б.д.; *У теробороні готують інструкторів*, 2022).

Ця спеціальна подія тривала близько 6 годин та об'єднала понад 50 учасників: танцівників, хореографів, культурних менеджерів, очільників наукових і культурних інституцій (державних і недержавних), розробників культурних політик та дослідників із таких країн, як Австрія, Бельгія, Німеччина, Румунія, Україна, Франція (Європа), Буркіна-Фасо, Ізраїль, Камерун, Намібія, ПАР (Африка), Сінгапур та Японія (Азія), Бразилія, Венесуела, Канада, Мексика та США (Південна та Північна Америка) і Австралія — усіх континентів.

Серед 18 ключових спікерів і організаторів було 4 представники сучасного танцю України (Антон Овчинников, Поліна Булат і Тамара Максименко, Віктор Рубан). Українські учасники мали особливий статус в рамках цієї події. Зокрема, автор цієї статті був серед ключових спікерів вступної частини заходу для представлення короткого огляду актуальних ініціатив і практик танцю, що застосовуються для підсилення психоемоційного здоров'я українців під час війни.

У межах фестивалю Euroscene Leipzig у листопаді 2022 відбулася спеціальна панельна дискусія «Танець під час війни» (*Dancing in times of war*, 2022), під час якої як найкращу міжнародну підтримку було запропоновано створювати можливості знайомства аудиторій інституцій з актуальною сценою України вже зараз. Серед присутніх на зустрічі були очільники Hellergau, інституції, де на початку ХХ ст. Еміль Жак-Далькрос започаткував Інститут музики та ритму, яка на сьогодні є однією з титульних мистецьких інституцій Німеччини. За місяць після цього заходу, у грудні, розпочалася підготовка спеціальної програми «Фестиваль незалежного мистецтва з України Nebenan / Поруч», який відбувся у м. Дрезден з 28 червня до 02 липня 2023 року (Nebenan/Поруч, 2023).

Програма містила покази і супровідні панельні дискусії із митцями, кураторами та дослідниками з України та Німеччини. Протягом фестивалю було представлено безпрецедентну кількість видів сучасного сценічного мистецтва України. Танець був представлений спільною роботою автора із хореографкою Світланою Олексюк «Броніслава Ніжинська. Танц-реконструкція», що була єдиною виставою, показаною в межах програми тричі (найбільше показів). У рамках активностей також проводився воркшоп про метод танц-реконструкції, публічне обговорення дотичних тем, зокрема щодо лакун у культурній пам'яті Європи, російської культури як культурної апропріації та важливості спільного переосмислення історії Європи мистецькими проектами та колабораціями.

Під час онлайн-зустрічі «Каталізуючі розмови» («Catalytic conversations») разом із Морэг Дейс (Morag Deyes) та Вольфгангом Хофманом (Wolfgang Hoffmann), організованою Національним Центром Танцю Шотландії DanceBase у м. Единбург (Dance Base Scotland, 2022), Марія Фалконер (Maria Falconer), одна з учасниць, поставила запитання: «Як ви танцюєте у зоні війни?», відповідь на яке призвела до проекту співпраці з Королівським об'єднанням фотогра-

фів Великої Британії. Автор статті спільно з фотомитцями професором Полом Гілом (Paul Hill) та Марія Фалконер під час їхніх двох візитів до України, залучивши до проєкту ще дев'ять діячів сучасного танцю України та одного аудіомитця, створили фото-відео проєкт «Танець у зоні війни» («How do you dance in the war zone?»).

Проєкт було вперше представлено на базі Національного Центру Танцю Шотландії DanceBase у місті Единбург (Велика Британія) в межах одного з найбільших у світі фестивалів перформативного мистецтва Edinburg Festival Fringe. Проєкт експонувався у серпні та вересні 2023 року та отримав медійність на шпальтах одного з провідних британських видань The Times (Schofield, 2023), представляючи українську культуру як проактивну та інноваційну. Частина світлин виставки увійде до жовтневої збірки найкращих фоторобіт 2023 року за відзнакою Королівського об'єднання фотографів Великої Британії і зовсім скоро буде опублікована онлайн для професійної спільноти на сайті (<https://rps.org/groups/contemporary/>).

Виставка, задокументувавши зріз того, що відбувається у сучасному танці в Україні, представила його міжнародній професійній спільноті, показуючи спектр залученості українських митців до актуальних процесів країни під час війни, запрошуючи до осмислення їх культурного впливу. Наразі проєкт готується до експозиції ще у трьох містах Великої Британії: Манчестері (квітень-травень 2024), Бірмінгемі (червень-липень 2024) та Лондоні (серпень-вересень 2024). В Україні цей проєкт із програмою супровідних заходів буде представлений у Львові в Палаці культури імені Гната Хоткевича (квітень-травень 2024) та у Києві на базі Національного художнього музею України (травень-червень 2024).

■ Висновки

Завдяки представленим кейсам і згаданим подіям можна зробити висновок, що основна організаційна взаємодія відбувалася у співпраці з інституціями таких країн Європи, як Велика Британія, Німеччина та Франція, також зі штатів Нью-Йорк і Каліфорнія США, але організовані заходи залучали прямо або опосередковано глядацькі аудиторії практично з усіх континентів. Основна взаємодія відбувалася завдяки онлайн-форматам. З двадцяти згаданих вище проєктів і подій десять відбувалися лише онлайн, решта десять були в гібридному форматі онлайн + офлайн. Лише дві події були виключно розмовними, решта ж були доповненням до відеопоказів і презентацій наживо. Основна тематика заходів була в контексті війни та спротиву діячів танцю, але перегляд та обговорення були пов'язані з усвідомленням представниками іноземних інституцій їхньої жадливо низької обізнаності про актуальну сцену сучасного танцю та перформативного мистецтва України.

Сучасний танець в Україні інституційно представлений на державному рівні лише профільними освітніми закладами, які не брали участь та не залучалися до реалізації жодного зі згаданих і незгаданих заходів. Департамент публічної дипломатії МЗС України і Міністерство культури та інформаційної політики також не брали участі в підготовці чи проведенні згаданих і незгаданих вище захо-

дів. Виключенням є лише Український інститут, який був співорганізатором «Павільйонів майбутнього» у м. Авінйон (Франція). Натомість з боку міжнародних партнерів в усіх без виключення проєктах інституції сфери культури державного чи принаймні муніципального рівня та їх представники були або співорганізаторами, або брали участь у заходах.

У зв'язку з відсутністю затвердженої стратегії культури України та культурної політики, через неузгодженість дій національних інститутів, що працюють у площині культурної дипломатії, їх зарегульованість та обмеженість у ресурсах на сьогодні саме незалежний сектор веде успішну діяльність з представлення та популяризації актуальної культури України за кордоном. Серед розглянутих реалізованих проєктів, ініційованих окремими митцями та незалежними діячами сучасного танцю, варто зазначити три події в межах титульних міжнародних подій: Festival d'Avignon 2022 (Франція), Tanzmesse 2022 (Німеччина) та Edinburg Fringe Festival 2023 (Велика Британія). Зазначені проєкти були успішно представлені за підтримки та у співпраці з урядами цих країн, що є особливо важливим з огляду на те, що вони для України є країнами стратегічної важливості.

У здійсненні цих та інших оглянутих ініціатив сьогодні значною мірою допомагає солідарність країн-партнерів і партнерських інституцій незалежного сектору, але для сталого розвитку міжнародних взаємин потрібна відповідна інституційна представленість сучасного танцю України на національному рівні та стала підтримка його розвитку. Попри ситуацію війни та обмеженості ресурсів нині саме незалежний сектор веде успішну діяльність з представлення та популяризації актуальної культури України за кордоном.

Через співпрацю з іноземними інституціями сучасного танцю стає очевидним, що представленість сучасного танцю в інституціях національного рівня (національні театри танцю, інститут музики і танцю, будинок танцю, хореографічні центри або центри розвитку хореографії тощо), наявність якісної культурної політики держави, в якій танець і театр посідають чільне місце, а також наявність прозорих механізмів забезпечення сталої фінансової підтримки і державного, і незалежного сектору, — роблять розвиток культури, поширення знань і культурних практик, а також діяльність з культурної дипломатії багатоманітними, потужними та плідними.

Українці мають неймовірний потенціал до самоорганізації і пошуку можливостей, але, на жаль, це працює в парадигмі «виживання». Для того, щоб бути сильною країною з сильною культурою, швидко відновлюватися й успішно розвиватися, — важливо відходити від «парадигми виживання» до «парадигми розвитку», реформуючи інституції, які не працюють, та розбудовуючи відповідні нові.

Яку роль у консолідації міжнародної підтримки після повномасштабного вторгнення відіграли саме культурні діячі танцю та театру, на сьогодні важко визначити, і цей огляд не є вичерпним або всеосяжним. Важливо надалі також детально досліджувати внесок у міжнародну консолідацію діячів різних видів мистецтва та зіставляти між собою, адже це допоможе глибше зрозуміти важливу роль діяльності культурної спільноти в контексті культурної дипломатії, національної безпеки, державотворення, інтеграційних процесів.

Список посилань

- Васіна, О. (б.д.). «*Це не "я художник, я так віжу"*». *Арттерапевт та хореограф Віктор Рубан про методи лікування творчістю*. Art Therapy Force. <https://artherapyforce.com.ua/resource/se-ne-ya-hudozhnik-ya-tak-vizhu-artterapevt-ta-horeograf-viktor-ruban-pro-metodi-likuvannya-tvorchistyu/>
- Кармазіна, М., & Шурбована, О. (2006). «Інститут» та «інституція»: проблема розрізнення понять. *Політичний менеджмент*, 4, 10–19.
- Корисько, Н. М. (2015). Хореографія як контемпоранне мистецтво. *Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 101–105.
- Луцишин, Г., & Гончарук, А. (2017). Особливості розвитку культурної дипломатії в сучасних умовах. *Humanitarian vision*, 3(1), 25–30.
- Мусієнко, І. В. (2015, 25–26 грудня). Культурна дипломатія України в контексті проблем євроінтеграції та міжнародних економічних стосунків. В *Розвиток суспільних наук: європейські практики та національні перспективи* [Матеріали конференції] (с. 118–121). Львівська фундація суспільних наук.
- Норт, Д. (2000). *Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки* (І. Дзюб, пер.). Основи.
- Олексюк, С. (2023). Українська театральна дипломатія у час війни: що ми втрачаємо і як цьому запобігти. *Критика*, 9–10, 22–25. <https://krytyka.com/ua/articles/ukrainska-teatralna-diplomatii-a-u-chas-viiny-shcho-my-vtrachaiemo-i-iak-tsomu-zapobihty>
- Пастух, В. В. (1999). *Модерні хореографічні напрямки в Галичині (20-30-і роки ХХ століття)*. Знання.
- Плахотнюк, О. (Ред.). (2020). *Українське хореографічне мистецтво в контексті світової художньої культури (сучасний поліжанровий дискурс)*. Сполум.
- Погребняк, М. М. (2007). Танець «модерн» в Україні ХХ століття. В *Українська культура в контексті сучасних наукових досліджень та практичних реалій* [Матеріали конференції] (с. 99–103). Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Погребняк, М. М. (2015). *Танець «модерн» ХХ ст.: витоки, стильова типологія, панорама історичної ходи, еволюція*. Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка.
- Поплавська, М. В. (2022). Культурна дипломатія: трансформація дефініції поняття в контексті еволюції світової спільноти (1930-ті – початок 2020-х рр.). *Культура і сучасність*, 2, 30–35. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2022.270540>
- Рубан, В. (2022). *Заклик Солідарності і Підтримки*. Фонд екстренної допомоги діячам перформативного мистецтва в Україні. <https://www.uepaf.org.ua/ua/> Ukrainian Emergency Performing Arts Fund.
- У теробороні готують інструкторів першої психологічної допомоги*. (2022, 9 липня). ТСН. <https://tsn.ua/video/video-novini/u-teroboroni-gotyuyut-instruktoriv-pershoyi-psihologichnoyi-dopomogi.html>
- Хендрик, О. Ю. (2017). Поняття contemporary dance та композиції його хореографічного тексту. *Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 128–132.
- Чаус, О. О. (2011). Формування contemporary-dance на основі танцю модерн. *Мистецтвознавчі записки*, 19, 269–275.

- Чілікіна, Н. О. (2014). *Тілесні практики в сучасній хореографічній культурі* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Харківська державна академія культури].
- Шариков, Д. І. (2010). *Теорія, історія та практика сучасної хореографії. Генезис і класифікація сучасної хореографії - напрями, стилі, види*. [Монографія] Київський міжнародний університет.
- Arout, G. (1955). *La danse contemporaine*. F. Nathan.
- Art in a Time of War*. (2023, April 27). University of California Riverside. https://events.ucr.edu/event/art_in_a_time_of_war
- Bargetto, P., Talmont, R., & Ruban, V. (2022). *Art in a time of war*. Fireside. <https://firesidechat.com/artinatimeofwar>
- Creative think tank dance – tool of empowerment, strategy and motor for coping with crisis?* (2023, May 16). Tanz Bremen. <https://www.tanz-bremen.com/en/programm/creative-think-tank-english/>
- Dance Base Scotland. (2022, June 28). *Catalytic conversation | Morag Deyes, Wolfgang Hoffmann & Viktor Ruban* [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/724778573>
- Dancing in times of war*. (2022, November 12). Euro-scene Leipzig. <https://euro-scene.de/en/events/dancing-in-times-of-war/>
- Frétard, D. (2004). *Danse contemporaine. Danse et non-danse. Vingt-cinq ans d'histoires*. Cercle d'Art.
- Ginot, I., & Michel, M. (2002). *La Danse au XXème siècle*. Larousse.
- Hernandez, V. (2022, Avril 5). *Viktor Ruban : "Continuer à travailler fait partie de la résistance"*. Lokko magazine culture et innovation Montpellier. <https://www.lokko.fr/2022/04/05/viktor-ruban-beaucoup-dartistes-russes-prennent-conscience-que-la-russie-deviendra-tres-rapidement-une-sortie-de-coree-du-nord-geante/>
- Kourlas, G. (2022, August 24). *What Does a Dancing Body Feel Like in Ukraine? 'I Am a Gun.'* *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/08/24/arts/dance/modern-dance-ukraine.html>
- Lepecki, A. (2006). *Exhausting Dance Performance and the Politics of Movement*. Routledge.
- Nebenan/Поруч. Unabhängige Kunst aus der Ukraine 28.06. – 02.07.2023*. (2023). HELLERAU – European Centre for the Arts. <https://www.hellerau.org/en/festival/nebenan/>
- Onda. (2022, July 21). «*Crises et solidarités*» (1/2) [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/732121411>
- Pavillon Ukrainien*. (n.d.). La Manufacture. <https://lamanufacture.org/programmation/pavillon-ukrainien/>
- Schofield, B. (2023, August 2). *Ukraine's secret weapon? The dancers joining the resistance*. *The Times*. <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraine-s-secret-weapon-the-dancers-joining-the-resistance-pvhj0tntm>
- Ukraine Media Center. (2015, 28 травня). *Реформа чи імітація: якою має бути стратегія розвитку культури*. УКМЦ, 28 травня 2015 [Відео]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=HGSp1ivyA_k
- Voices of resistance. A festival presenting the works of Ukrainian and American performing artists*. (n.d.). Playhouse Creatures Theatre Company. <https://playhousecreatures.org/voices-of-resistance-festival/>

References

- Arout, G. (1955). *La danse contemporaine*. F. Nathan [in English].
- Art in a Time of War*. (2023, April 27). University of California Riverside. https://events.ucr.edu/event/art_in_a_time_of_war [in English].
- Bargetto, P., Talmont, R., & Ruban, V. (2022). *Art in a time of war*. Fireside. <https://firesidechat.com/artinatimeofwar> [in English].
- Chaus, O. O. (2011). Formuvannia contemporary-dance na osnovi tantsiu modern [Formation of contemporary dance based on modern dance]. *Notes on art criticism*, 19, 269–275 [in Ukrainian].
- Chilikina, N. O. (2014). *Tilesni praktyky v suchasni khoreorafichnii kulturi* [Bodily practices in modern choreographic culture] [Abstract of PhD Dissertation, Kharkiv State Academy of Culture] [in Ukrainian].
- Creative think tank dance – tool of empowerment, strategy and motor for coping with crisis?* (2023, May 16). Tanz Bremen. <https://www.tanz-bremen.com/en/programm/creative-think-tank-english/> [in English].
- Dance Base Scotland. (2022, June 28). *Catalytic Conversation | Morag Deyes, Wolfgang Hoffmann & Viktor Ruban* [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/724778573> [in English].
- Dancing in times of war*. (2022, November 12). Euro-scene Leipzig. <https://euro-scene.de/en/events/dancing-in-times-of-war/> [in German].
- Frétard, D. (2004). *Danse contemporaine. Danse et non-danse. Vingt-cinq ans d'histoires*. Cercle d'Art [in French].
- Ginot, I., & Michel, M. (2002). *La Danse au XXème siècle*. Larousse [in French].
- Hernandez, V. (2022, Avril 5). *Viktor Ruban : "Continuer à travailler fait partie de la résistance"*. Lokko magazine culture et innovation Montpellier. <https://www.lokko.fr/2022/04/05/viktor-ruban-beaucoup-dartistes-russes-prennent-conscience-que-la-russie-deviendra-tres-rapidement-une-sortie-de-coree-du-nord-geante/> [in French].
- Karmazina, M., & Shurbovana, O. (2006). "Instytut" ta "instytutsiia": problema rozrznennia poniat ["Institute" and "institution": the problem of distinguishing concepts]. *Politychnyi menezhment*, 4, 10–19 [in Ukrainian].
- Khendryk, O. Yu. (2017). Poniattia contemporary dance ta kompozytsii yoho khoreorafichnoho tekstu [The concept of contemporary dance and the composition of its choreographic text]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 3, 128–132 [in Ukrainian].
- Korysko, N. M. (2015). Khoreografiia yak kontemporarne mystetstvo [Choreography as a contemporary art]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 101–105 [in Ukrainian].
- Kourlas, G. (2022, August 24). What Does a Dancing Body Feel Like in Ukraine? 'I Am a Gun'. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/08/24/arts/dance/modern-dance-ukraine.html> [in English].
- Lepecki, A. (2006). *Exhausting Dance Performance and the Politics of Movement*. Routledge [in English].
- Lutsyshyn, H., & Honcharuk, A. (2017). Osoblyvosti rozvytku kulturnoi diplomatii v suchasnykh umovakh [Features of the development of cultural diplomacy in modern conditions]. *Humanitarian vision*, 3(1), 25–30 [in Ukrainian].

- Musiienko, I. V. (2015, December 25–26). Kulturna dyplomatiia Ukrainy v konteksti problem yevrointehratsii ta mizhnarodnykh ekonomichnykh stosunkiv [Cultural diplomacy of Ukraine in the context of problems of European integration and international economic relations]. In *Rozvytok suspilnykh nauk: yevropeiski praktyky ta natsionalni perspektyvy* [Development of social sciences: European practices and national perspectives] [Conference materials] (pp. 118–121). Lvivska fundatsiia suspilnykh nauk [in Ukrainian].
- Nebenan/Poruch Unabhängige Kunst aus der Ukraine 28.06. - 02.07.2023*. [Next door/Near. Independent art from Ukraine 28.06. - July 2nd, 2023]. (2023). HELLERAU - European Centre for the Arts. <https://www.hellerau.org/en/festival/nebenan/> [in German].
- Nort, D. (2000). *Instytutsii, instytutsiina zmina ta funktsionuvannia ekonomiky* [Institutions, institutional change and functioning of the economy] (I. Dziub, Trans.). Osnovy [in Ukrainian].
- Oleksiuk, S. (2023). Ukrainska teatralna dyplomatiia u chas viiny: shcho my vtrachaiemo i yak tsomu zapobihty [Ukrainian theatrical diplomacy during the war: what we are losing and how to prevent it]. *Krytyka*, 9–10, 22–25. <https://krytyka.com/ua/articles/ukrainska-teatralna-dyplomatiia-u-chas-viiny-shcho-my-vtrachaiemo-i-ia-k-tsomu-zapobihty> [in Ukrainian].
- Onda. (2022, July 21). "*Crises et solidarités*" (1/2) [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/732121411> [in English].
- Pastukh, V. V. (1999). *Moderni khoreorafichni napriamky v Halychyni (20-30-i roky XX stolittia)* [Modern choreographic trends in Galicia (20-30s of the XX century)]. Znannia [in Ukrainian].
- Pavillon Ukrainien* (n.d.). La Manufacture. <https://lamanufacture.org/programmation/pavillon-ukrainien/> [in English].
- Plakhotniuk, O. (Ed.). (2020). *Ukrainske khoreorafichne mystetstvo v konteksti svitovoi khudozhnoi kultury (suchasnyi polizhanrovyi dyskurs)* [Ukrainian choreographic art in the context of world artistic culture (modern multi-genre discourse)]. Spolom [in Ukrainian].
- Pohrebniak, M. M. (2007). Tanets "modern" v ukraini XX stolittia ["Modern" dance in Ukraine of the 20th century]. In *Ukrainska kultura v konteksti suchasnykh naukovykh doslidzhen ta praktychnykh realii* [Ukrainian culture in the context of modern scientific research and practical realities] [Conference materials] (pp. 99–103). Derzhavna akademiia kerivnyk kadriv kultury i mystetstv [in Ukrainian].
- Pohrebniak, M. M. (2015). *Tanets "modern" XX st.: Vytoky, stylova typolohiia, panorama istorichnoi khody, evoliutsiia* ["Modern" dance of the 20th century: Origins, stylistic typology, panorama of the historical course, evolution]. Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University [in Ukrainian].
- Poplavska, M. V. (2022). Kulturna dyplomatiia: transformatsiia definitsii poniattia v konteksti evoliutsii svitovoi spilnoty (1930-ti – pochatok 2020-kh rr.) [Cultural diplomacy: the transformation of the definition of the concept in the context of the evolution of the world community (1930s - early 2020s)]. *Culture and contemporaneity*, 2, 30–35. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2022.270540> [in Ukrainian].
- Ruban, V. (2022). *Zaklyk Solidarnosti i Pidtrymky* [Solidarity and Support statement]. Ukrainian Emergency Performing Arts Fund. <https://www.uepaf.org.ua/ua/> [in Ukrainian].

- Schofield, B. (2023, August 2). Ukraine's secret weapon? The dancers joining the resistance. *The Times*. <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraine-s-secret-weapon-the-dancers-joining-the-resistance-pvhj0tntm> [in English].
- Sharykov, D. I. (2010). *Teoriia, istoriia ta praktyka suchasnoi khoreohrafii. Henezys i klasyfikatsiia suchasnoi khoreohrafii - napriamy, styli, vydy* [Theory, history and practice of modern choreography. Genesis and classification of modern choreography - directions, styles, types]. [Monograph] Kyiv International University [in Ukrainian].
- U teroboroni hotuiut instruktoriv pershoi psykholohichnoi dopomohy* [The Teroboron prepares psychological first aid instructors]. (2022, July 9). TSN. <https://tsn.ua/video/video-novini/u-teroboroni-gotyut-instruktoriv-pershoyi-psiholohichnoyi-dopomogi.html> [in Ukrainian].
- Ukraine Media Center. (2015, May 28). *Reforma chy imitatsiia: yakoiu maie buty stratehiia rozvytku kultury. UKMTs, 28 travnia 2015* [Reform or imitation: what should be the strategy of cultural development. UKMC, May 28, 2015] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=HGSp1ivyA_k [in Ukrainian].
- Vasina, O. (n.d.). "Tse ne "ia khudozhnyk, ya tak vizhu"". *Arterapevt ta khoreohraf Viktor Ruban pro metody likuvannia tvorchistiu* ["It's not "I'm an artist, I see it that way". Art therapist and choreographer Viktor Ruban about methods of creative therapy]. Art Therapy Force. <https://artherapyforce.com.ua/resource/se-ne-ya-hudozhnik-ya-tak-vizhu-arterapevt-ta-horeograf-viktor-ruban-pro-metodi-likuvannya-tvorchistyu/> [in Ukrainian].
- Voices of resistance. A festival presenting the works of Ukrainian and American performing artists*. (n.d.). Playhouse Creatures Theatre Company. <https://playhousecreatures.org/voices-of-resistance-festival/> [in English].

CONTEMPORARY DANCE ARTISTS' PROJECTS AS A TOOL OF CULTURAL DIPLOMACY OF UKRAINE UNDER MARTIAL LAW

Viktor Ruban

PhD student,
Modern Art Research Institute,
National Academy of Arts of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-7902-7411
e-mail: viktor.ruban@rpitp.com

The aim of the article is to present and analyse the events and projects of contemporary dance in Ukraine that took place after the beginning of the full-scale invasion in the context of cultural diplomacy, to determine their cultural and historical impact, taking into account the institutional dimension. *Research results*. The article documents and presents various forms of international activity of Ukrainian contemporary dance representatives, as well as, applies a systematic and structural method to the review of the presented cases, taking into account

the institutional aspect of their implementation. Based on a comparative analysis, the author outlines their cultural and historical influence in the context of Ukraine's cultural diplomacy. *Scientific novelty* lies in the study of the cultural impact of the current artistic activity of Ukrainian contemporary dance artists on the processes of cultural diplomacy, as well as the identification of the crucial role of local and international institutions. *Conclusions.* Among the projects initiated by contemporary dance artists within the framework of the titular international events, it is worth noting: Festival d'Avignon 2022 (France), Tanzmesse 2022 (Germany) and Edinburgh Fringe Festival 2023 (UK). The projects that took place within the framework of these events were successfully presented with the support and cooperation of the governments of these countries, which is especially significant given that they are countries of strategic importance to Ukraine. The implementation of the initiatives was greatly facilitated by the solidarity of partner independent sector institutions in other countries, and it is the independent sector in Ukraine that is successfully promoting contemporary Ukrainian culture at the international level. Further research and comparative analysis of the contribution of artists from different art forms to the consolidation of international support will allow us to outline the manifestations of cultural and historical influence and will help to significantly complement the understanding of the role of the Ukrainian cultural community for the state.

■ **Keywords:** contemporary dance; dance project; performing arts; cultural diplomacy; institution



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293802
УДК 316.472.4-044.922:004.77]:[008-028.2:070

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В ЕПОХУ ТРАНСМЕДІЙНОСТІ

Денис Сучков

Викладач,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0003-2716-3873
e-mail: denele@ukr.net

Для цитування:

Сучков, Д. (2023). Соціальні медіа як чинник трансформації аудіовізуальної культури в епоху трансмедійності. *Питання культурології*, 42, 286–295. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293802>

Мета статті — проаналізувати роль соціальних медіа як чинника трансформації аудіовізуальної культури в епоху трансмедійності. *Результати дослідження*. Поняття «трансмедійної розповіді» запропоноване американським дослідником Г. Дженкінсом для аргументації необхідності поширення медіаконтенту на різних медіаплатформах. Трансмедійність — це процес, в якому елементи художнього твору досягають своєї аудиторії на різних медіаплатформах: кіно, телебачення, книги, комікси тощо. Трансмедійність аудіовізуальної культури проявилася з появою інтернету і цифрових технологій, зокрема соціальних медіа. Останні допомагають реалізувати основні принципи «трансмедійної розповіді», а також активізують смислове ядро її концепції — колективний інтелект. Прихильники франшизи стають мисливцями за інформацією, яку найлегше здобути в соціальних медіа, що перетворюються на місце колективної творчості, в якій улюблені герої можуть здобути нові подробиці власного життя і пригоди. Це також сприяє популяризації проєкту. Найбільш вдалою і популярною франшизою, яка реалізує всі переваги трансмедійності, є «Зоряні війни». У соціальних медіа франшиза активно будує взаємодію з фанатами, надаючи їм ексклюзивний контент, анонси майбутніх проєктів, влаштовує конкурси, тематичні хештеги тощо. *Наукова новизна дослідження*. Вперше розглянуто можливості соціальних медіа у забезпеченні трансмедійності сучасної візуальної культури. *Висновки*. Завдяки трансмедійному розширенню розповіді, в якому соціальні медіа відіграють не останню роль, з'являється не лише нова конфігурація аудіовізуальної індустрії, а й змінюються всі наративи аудіовізуальної культури, дискурс якої втрачає звичну імперативність, опосередковану існуванням автора-митця. Це призводить до фактично нескінченного процесу творчості за участі не лише творців, а й глядачів. Залучення до процесу творення дедалі

більшої кількості учасників вказує на перформативність та інтерактивність сучасної аудіовізуальної культури.

■ **Ключові слова:** аудіовізуальна культура; соціальні медіа; трансмедійність; творчість; колективний інтелект; «Зоряні війни»

■ Вступ

Трансмедійність (або трансмедіа) — це концепція, пов'язана з використанням різноманітних медіаформатів і платформ з метою формування ефекту глибокого занурення глядачів у світ та історію життя вигаданого персонажа або в концепцію бренду. Це фактично використання одного твору інтелектуальної власності в різних медіаформатах, таких як кіно, телебачення, соціальні медіа, відеоігри тощо, тобто розширення випуску мистецької продукції та її поширення через різні канали інформації. Відповідно, до прикладів трансмедійних продуктів зараховують фільми, телесеріали, книги, вебсайти, комікси, аудіодрами та інші форми презентації франшизи.

Такий підхід дає змогу розширити та поглибити світ вигаданої історії, а також досягти залучення до нього широкої аудиторії, що у свою чергу дає змогу медійним компаніям розширювати свої франшизи й генерувати більше доходів.

На розвиток трансмедійності в сучасній аудіовізуальній культурі суттєво вплинули інтернет, цифрові технології, а також соціальні медіа, які допомагають реалізувати основні принципи «трансмедійної розповіді», зокрема активізують смислове ядро її концепції — колективний інтелект.

■ Аналіз попередніх досліджень

Трансмедійність — не нова тема в зарубіжних дослідженнях. Серед ґрунтовних розробок у цьому напрямі можна виокремити праці Г. Дженкінса (Jenkins, 2003; 2007), якого водночас вважають розробником зазначеного поняття.

Учень Г. Дженкінса Г.-А. Лонг (Long, 2007) у дисертації «Трансмедійна розповідь: бізнес, естетика і виробництво в компанії Джима Хенсона» розглядає різні складні наративи коміксів, романів, фільмів і відеоігор, які спираються на трансмедійні франшизи, побудовані навколо «Лабіринту» та «Темряви» Дж. Хенсона.

Засновник фестивалю цифрового кіно М. Хенсон (Hanson, 2005) у праці «Кінець целулоїду: майбутнє кіно в епоху цифрових технологій» досліджує роботи відомих режисерів, а також творців комп'ютерних ігор, музичних відеокліпів, художників цифрового відео. Він показує, як інноваційні технології залучають у мейнстрим на різних платформах — кіно, рекламу, поп-промо, анімацію, вебсайти, цифрове телебачення, повноформатне відео в комп'ютерних іграх. Водночас в українській науці, зокрема культурології, на сьогодні недостатньо праць, присвячених трансмедійності та ролі соціальних медіа. Утім вартує уваги публікація українських вчених «Трансмедійний дискурс у цифрову епоху: дослідження радикальної інтертекстуальності, аудіовізуальної гібридизації та «апорії» людини медійної», в якій проаналізовано еволюцію трансмедійного дискурсу, а також його вплив на сучасні медіапрактики (Pecheranskyi et al., 2023). О. Хворостина (2018) у статті «Методи та методологічні підходи до вивчення явища

трансмедіації у медіаіндустрії» наголошує на перевагах та недоліках методів і методологічних підходів, які використовуються для вивчення трансмедійності у сфері розваг, документалістики та журналістики.

■ Мета статті

Мета статті — проаналізувати роль соціальних медіа як чинника трансформації аудіовізуальної культури в епоху трансмедійності.

■ Результати дослідження

Поняття «трансмедійної розповіді» було запропоноване американським дослідником Г. Дженкінсом для аргументації її основної ознаки — необхідності поширення медіаконтенту на різних медіаплатформах. Дослідник зазначає, що трансмедіа не є новим явищем — давні приклади можна знайти, наприклад, у релігії, але можливості інтернету та цифрових технологій для участі та колективної взаємодії з аудиторією на багатьох різних медіаплатформах зробили цей підхід потужним та актуальним (Lacasa, 2013).

Трансмедійна розповідь, за Г. Дженкінсом (Jenkins, 2003), — це процес, в якому елементи художнього твору системно розподіляються за каналами цільової доставки зі створення єдиного та скоординованого розважального досвіду. В ідеалі кожний медіаінструмент вносить щось нове у розвиток історії.

Дослідник називає трансмедіа синергією, підкреслюючи актуальність поширення бренду або розширення франшизи за допомогою великої кількості різних медіаплатформ.

М. Хенсон (Hanson, 2005) трансмедійність фактично назвав bleed: коли вгадані світи «як кровотеча з екрана» поширюються на кілька засобів масової інформації та рухливі формати зображень. Аж до захопливих 3D-світів, які ми досліджуємо як гравці в ігри та цифрові медіаспоживачі.

М. Іто (Ito, 2005) називає трансмедійну модель Pokémon/Yu-Gi-Oh «медіаміксом», пов'язуючи зміст у різних медіаформах, таких як відеоігри, телебачення, фільми, книги манґа, іграшки, побутові предмети.

Трансмедійна розповідь, на думку Г. Дженкінса, — це ідеальна естетична форма для епохи колективного розуму, концепцію якого розробив французький філософ і дослідник П. Леві, відомий своїми роботами в галузі кіберкультури, нових медіа та філософії інформації. Термін «колективний інтелект» він ввів для позначення нових соціальних форматів, які дають змогу виробляти та поширювати знання в сучасному мережевому суспільстві. Згідно з П. Леві з розвитком інформаційних технологій та інтернету відбувається еволюція способів, якими люди обмінюються знаннями та створюють нове знання. Вони об'єднують інформацію і використовують досвід один одного, працюють разом над розв'язанням певного завдання.

Колективний розум охоплює такі поняття, як «колективне інтелектуальне тіло» (сукупність всіх знань та інформації, які доступні завдяки інтернету) і «колективне несвідоме» (неусвідомлені знання, які складаються з досвіду безлічі людей і передаються через культуру; фактично, колективне підсвідоме К.-Г. Юнга). П. Леві (Levy, 1997) також наголошує на важливості формування

середовища, яке сприяє активній участі та взаємодії людей для спільного творення знань та інтелектуального розвитку. Його ідеї про колективний інтелект і мережеве суспільство, до речі, мали значний вплив на концептуалізацію поняття «кіберкультура».

К. Дена віддає перевагу термінам «кросмедійні розваги» та «трансфікація», називаючи так історії, які розподіляються більш ніж на один текст і носій. Кожен текст або історія на пристрої чи вебсайті не є автономними, як паралельні оповіді з телешоу, в яких, наголошує дослідник, ви можете брати участь, відповідати на запитання вікторини в інтернеті чи на мобільних телефонах тощо (Long, 2007).

Яскравим прикладом трансмедійності є «Зоряні війни» (англ. «Star Wars») — франшиза, яка охоплює фільми, анімацію, комікси, відеоігри та багато інших медійних форматів. В цілому ця епічна космічна опера містить 12 художніх фільмів: 9 епізодів основної «Саги Скайуокерів», 2 фільми «історій» і 1 анімаційний, а також ігрові та анімаційні серіали, ігрові й документальні телефільми, книги. Всі дев'ять фільмів саги, до речі, були номіновані на премію «Оскар».

Щоб глибше зануритися в концепцію трансмедіа, зупинимось ґрунтовно на трансмедійному представленні цієї франшизи.

З «Зоряними війнами» глядачі познайомилися завдяки оригінальній трилогії фільмів, створених Дж. Лукасом. Спочатку це був успішний старт у кінематографі у 1977 р. «Епізоду IV: Нова надія». За ним були сиквели «Епізод V: Імперія завдає удару у відповідь» (1980) і «Епізод VI: Повернення джедая» (1983).

Пізніше на телевізійних екранах з'явилися мультсеріали та телевізійні шоу, такі як «Зоряні війни: Війни клонів», «Зоряні війни: Повстанці» та «Зоряні війни: Мандалорець». Загалом вся телевізійна продукція франшизи поділяється на три види: Канон, Легенди і Неканон. Вони доповнюють і розширюють сюжети та життя персонажів, представлених у фільмах.

Доповнює сюжет і розкриває додаткові історії про персонажів і серія романів і коміксів. Завдяки творчості письменників і художників трансмедійний всесвіт «Зоряних війн» ще більше розширився. Коли «Зоряні війни» були перенесені до друку, констатує Г. Дженкінс (Jenkins, 2007), їхні романи розширили часовий простір, щоб показати нам події, що не увійшли до трилогії фільмів, або переробити історії навколо другорядних персонажів, як це було в серії Tales of the Cantina, в якій інопланетяни, зображені на задньому плані оригінального фільму, викликали жвавий інтерес.

Оскільки трансмедійність тісно пов'язана з розвагами, не оминули увагою «Зоряні війни» і сучасні розробники відеоігор. Деякі ігри розвивають сюжет, розповідаючи нові історії в знайомому світі, інші дають можливість гравцям спробувати свої сили в космосі або в реальних ситуаціях на Землі. Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2007), «Зоряні війни» перейшли в ігри, які не просто розігрували кіноподії, а показали, яким буде життя стажера-джедая чи мисливця за головами.

У розважальних парках у різних куточках світу є атракціони, що занурюють відвідувачів у світ «Зоряних війн», а також окремі віртуальні реальності, в яких фанати можуть буквально увійти в улюблений всесвіт.

Звичайно, творці франшизи не оминули увагою і фанів. Безліч іграшок, колекційних предметів та іншої продукції, пов'язаної зі світом «Зоряних війн», створено для задоволення їхніх потреб.

Загалом вважається, що «Зоряні війни» — це приклад чи не найвдалішої трансмедійної франшизи, успіх якої Г. Дженкінс (Jenkins, 2003) пов'яже з тим, що один творець чи творчий підрозділ залишає контроль над нею: «...Lucasfilm керувала та розвивала свої франшизи “Індіана Джонс” та “Зоряні війни”. Хоча згодом все ж таки вона продала франшизу Walt Disney Company».

Водночас «Зоряні війни» не могли інтегрувати себе в усі медіа, але оминати соціальні. Недарма Г. Дженкінс навіть використовує поняття «мультиплатформність» або «розширена розповідь», вказуючи на повну синергію всіх медіа.

Трансмедійна стратегія «Зоряних війн» у соціальних медіа полягає в тому, що продукція метасвіту поширюється через офіційні облікові записи, присвячені франшизі, на платформах таких соціальних мереж, як Facebook, Twitter, Instagram та ін.

Офіційні облікові записи «Зоряних війн» публікують анонси нових фільмів, серіалів або ігор, а також трейлери, які швидко поширюються через соціальні мережі, створюючи окремий простір для обговорень, і не лише серед фанатів. Водночас фанати можуть отримати доступ до ексклюзивних фотографій, концепт-артів та інтерв'ю з акторами та творцями франшизи через офіційні сторінки.

Анонсується і просувається через соціальні мережі не лише вся лінійка нових кіно-, теле- чи відеопродуктів, а й супутня продукція: іграшки, фігурки, колекційні предмети тощо.

Також у соціальних мережах створюються різні голосування, опитування та вікторини, участь у яких залучає дедалі більшу аудиторію до обговорення всесвіту «Зоряних війн».

Активно поширюється в соціальних медіа різний інтернет-контент на кшталт мемів, пародій, жартів та інших форм, пов'язаних із персонажами та сюжетами «Зоряних війн».

Співпраця з популярними блогерами та інфлюенсерами привертає увагу, додатково розширює аудиторію та збільшує масштаби трансмедійної розповіді про всесвіт «Зоряних війн». Тобто використовуються всі можливості соціальних медіа. «В ідеальній формі трансмедійного мовлення будь-яке середовище робить все можливе: історія може бути представлена у фільмі, розширеному за допомогою телебачення, романів і коміксів, а її світ можна досліджувати та випробувати в грі» (Jenkins, 2003).

Соціальні медіа мають ще одну перевагу, яка відрізняє їх від кіно чи телебачення, а також наділила ці медіа означуваням «соціальне». Так, трансмедійність «Зоряних війн» у соціальних медіа допомагає підтримувати інтерес до франшизи, розширювати її аудиторію, взаємодіяти з фанатами та створювати глибоку та насичену «медіаєкосистему» (Jenkins, 2003).

Головна ідея концепції трансмедіа, як ми вже наголошували вище, — надати аудиторії різні можливості для широкого доступу до персонажів, світу чи вигаданої історії, а також для глибокого занурення у сповнене пригод життя. Тому прикметною рисою трансмедійності є не лише здатність посилювати попу-

лярність і вплив франшизи через різні медіаформати, а й можливість залучати аудиторію різного віку та інтересів.

Використання соціальних мереж як альтернативних традиційним аудіовізуальним медіа, наприклад, кіно чи телебачення, може бути актуальним для різних аудиторних сегментів: хтось з огляду на певні обставини не може або не хоче спостерігати за життям улюблених героїв у кінотеатрі, але із задоволенням робитиме це вдома за екраном комп'ютера. Можливо, навіть надаючи перевагу такому огляду яке дає змогу коментувати, а відтак спілкуватися з фанатами безпосередньо під час перегляду.

Загалом трансмедійність у соціальних медіа виконує багато функцій, які, на перший погляд, можуть бути неочевидними. Зокрема, соціальні медіа підтримують постійний живий інтерес до продукту. Це також можна прослідкувати на прикладі «Зоряних війн». Так, після виходу першої трилогії трилогія приквелів з'явилася лише за 16 років, коли було випущено три перших епізоди: у 1999 р., 2002 р. і 2005 р. Наступна серія епізодів вийшла лише за 10 років: у 2015 р., 2017 р. і 2019 р. Весь цей час інтерес до фільму не згасав, а й ще більше зростав. Не важко здогадатися, що найбільше цьому сприяла активність у соціальних медіа, зокрема підтримка фанатів.

Вебсайт Wookieepedia (n.d.) — це своєрідна енциклопедія всесвіту «Зоряних війн», створена фанатами у 2005 р. Там зібрано багато інформації про персонажів, планети та події. Її може редагувати кожен, адже вона створена фанатами та для фанатів. Вебсайт TheForce.Net (n.d.) та Reddit-спільнота r/StarWars (n.d.) надають фанатам майданчик для обговорення та обміну ідеями.

Подібні думки можна знайти і у Г. Дженкінса, який згадує вебсайти, пов'язані з молодіжним серіалом «Бухта Доусона». Вони продукували листування або щоденники головних героїв: версія Daily Planet публікувала щотижня комікси DC протягом 52 серій, щоб «звітувати» про події, що відбуваються в її всесвіті. Sony використовувала інтернет, щоб по-новому подивитися на персонажів «Бухти Доусона». Наприклад, імітуючи робочий стіл головного героя, щоб прихильники могли читати його електронну пошту, переглядати щоденники або навіть копіювати шкільні твори. Команда письменників оновлювала контент щотижня відповідно до виходу в ефір епізодів, використовуючи інтернет як підґрунтя майбутнього розвитку сюжету, для надання фону, щоб нагадати глядачам про минулі події (Jenkins, 2003). Соціальні медіа можуть додати реалістичності художньому твору в цілому, як, наприклад, нагадує дослідник, це відбувається з вебсайтом, пов'язаним з проектом «Відьма з Блер» (Jenkins, 2007).

Соціальні медіа можуть також розповідати про персонажів і представляти як офіційну інформацію, так і її доповнення в інтерпретації глядачів, можливо, й суб'єктивній. І ось життя героя вже може перетворитися в «щоденник», створений безліччю користувачів. У результаті задум головного автора вже стає невіддільним від вільної фантазії останніх. Так, українська дослідниця М. Короленко (2013), характеризуючи трансмедійність, наголошує, що: «комунікація між різними аудиторіями важлива для загального розуміння історії; через деякі «дірки» в історії можливе «додумане» продовження історії. Можливо також, що аудиторія сама створює продовження».

П. Леві (Levy, 1997) стверджує, що мистецтво в епоху колективного розуму діє як культурний атрактор, об'єднаний однодумцями для формування нових спільнот знань. Дослідник зазначає, що колективний розум — це більше, ніж сума індивідуальних здобутків. Це ідея про те, що за допомогою сучасних технологій і мереж люди можуть поєднувати свої знання, досвід та інтелектуальні здібності для розв'язання різних завдань.

Як зауважує Г. Дженкінс (Jenkins, 2007), не дарма дизайнер відеоігор Н. Янг ввів термін «додаткове розуміння» для позначення того, як кожен новий текст додає нову інформацію, яка пропонує переглянути розуміння художньої літератури в цілому. Виробники трансмедіа зіштовхнулися з труднощами в досягненні балансу між історіями, які одразу зрозумілі глядачам, і створенням елементів, які залучають і покращують досвід людей, які користуються різними пристроями.

Вимоги трансмедійності передбачають таке подання інформації, щоб у споживача завжди залишалося відчуття чогось незрозумілого, такого, що потрібно ще побачити, прочитати або почути. Виробники вводять потенційні сюжети, які неможливо розповісти повністю, або додаткові деталі, які на щось натякають. Тому завжди залишається спокуса запитати у когось чи обговорити цю проблему з іншими. Так прихильники франшизи стають мисливцями за інформацією, яку, звичайно ж, легше всього здобути в соціальних медіа. Натомість останні знову ж таки перетворюються на місце колективної творчості, в якій улюблені герої можуть здобути нові подробиці власного життя і пригоди. За словами К. Дені, кросмедійне виробництво власне й народилося завдяки широкій доступності інтернету та комп'ютерів, що дало змогу користувачам легко копіювати, вставляти, перемішувати, змінювати та виправляти вміст (Long, 2007).

Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2007), фанфіки можна розглядати як не санкціоноване розширення медіафраншиз у нових напрямках, які висловлюють бажання читача «заповнити прогалини», які вони знайшли в комерційному матеріалі. Так, у соціальних мережах створюється вже вторинний світ. Процес створення вигаданого всесвіту повинен стимулювати розвиток медіафраншизи, оскільки глядацька деталізація дає змогу безлічі різних історій не лише гармонійно поєднуватися, а й нескінченно продовжуватися.

■ Висновки

Завдяки трансмедійному розширенню, в якому соціальні медіа відіграють не останню роль, з'являється не лише нова конфігурація аудіовізуальної індустрії, а й змінюються всі наративи аудіовізуальної культури, дискурс якої втрачає звичну імперативність, опосередковану існуванням автора-митця. Існування трансмедійних франшиз виводить їх авторів далеко за межі окремого персонажа чи його історії у нереальний світ безлічі персонажів та їхніх історій. Це призводить до нескінченного процесу творчості за участі не лише творців, а й глядачів. Так трансмедійність проектується у ширшу площину, пов'язану з її іншими аспектами, які Г. Дженкінс вслід за П. Леві називає колективним розумом чи колективним інтелектом. А залучення до процесу творення дедалі більшої кількості учасників вказує на перформативність, конвергентність та інтерактивність су-

часної аудіовізуальної культури, особливості дослідження яких можна вважати перспективним напрямом подальших досліджень.

Список посилань

- Короленко, М. (2013, 21 серпня). *Трансмедіа сторітеллінг: вимога цифрової епохи*. Європейська обсерваторія журналістики. <https://ua.ejo-online.eu/1330/tsyvrovi-media/%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BC%D0%B5%D0>
- Хворостина, О. В. (2018). Методи та методологічні підходи до вивчення явища трансмедіації у медіаіндустрії. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VI(31, I), 50–53. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-185VI31-12>
- Hanson, M. (2005). *The end of celluloid: film futures in the digital age*. RotoVision.
- Lacasa, P. (2013). *Learning in real and virtual worlds. Commercial video games as educational tools*. Palgrave Macmillan.
- Levy, P. (1997). *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace* (R. Bononno, Trans.). Plenum Trade.
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* [Master Thesis, Massachusetts Institute of Technology].
- Ito, M. (2005). Intertextual enterprises: writing alternative places and meanings in the media mixed networks of yugioh. In D. Battaglia (Ed.), *E. T. Culture: Anthropology in Outerspaces* (pp. 180–199). Duke University Press. <http://www.itofisher.com/mito/archives/ito.intertextual.pdf>
- Pecheranskyi, I., Humeniuk, T., Shvets, N., Holovkova, M., & Sibirakova, O. (2023). Transmedia discourse in the digital age: exploring radical intertextuality, audiovisual hybridization, and the "aporia" of homo medialis. *Research Journal in Advanced Humanities*, 4(2). <https://doi.org/10.58256/rjah.v4i2.1111>
- Jenkins, H. (2003, January 15). *Transmedia storytelling moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. MIT Technology Review <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2007, March 21). *Transmedia storytelling 101*. Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More. http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- r/StarWar. (n.d.). *Reddit*. Retrieved August 4, 2023, from <https://www.reddit.com/r/StarWars/?rdt=48787>
- The Force.Net. (n.d.). *Home*. Retrieved August 4, 2023, from <http://theforce.net/>
- Wookieepedia. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 4, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Wookieepedia>

Reference

- Hanson, M. (2005). *The end of celluloid: film futures in the digital age*. RotoVision [in English].
- Ito, M. (2005). Intertextual enterprises: writing alternative places and meanings in the media mixed networks of yugioh. In D. Battaglia (Ed.), *E. T. Culture: Anthropology in Outerspaces* (pp. 180–199). Duke University Press. <http://www.itofisher.com/mito/archives/ito.intertextual.pdf> [in English].
- Jenkins, H. (2003, January 15). *Transmedia storytelling moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. MIT Technology

- Review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/> [in English].
- Jenkins, H. (2007, March 21). *Transmedia storytelling 101*. Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More. http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html [in English].
- Khvorostyna, O. V. (2018). Metody ta metodolohichni pidkhody do vyvchennia yavyscha transmediatsii u mediaindustrii [Methods and methodological approaches to study the phenomenon of transmedia in the media industry]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VI(31, I), 50–53. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-185VI31-12> [in Ukrainian].
- Korolenko, M. (2013, August 21). Transmedia storitelinh: vymoha tsyfrovoi epokhy [Transmedia storytelling: a requirement of the digital age]. *European Journalism Observatory*. <https://ua.ejo-online.eu/1330/tsyfrovi-media/%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BC%D0%B5%D0> [in Ukrainian].
- Lacasa, P. (2013). *Learning in real and virtual worlds. Commercial video games as educational tools*. Palgrave Macmillan [in English].
- Levy, P. (1997). *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace* (R. Bononno, Trans.). Plenum Trade [in English].
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* [Master Thesis, Massachusetts Institute of Technology] [in English].
- Pecheranskyi, I., Humeniuk, T., Shvets, N., Holovkova, M., & Sibiriakova, O. (2023). Transmedia discourse in the digital age: exploring radical intertextuality, audiovisual hybridization, and the "aporia" of homo medialis. *Research Journal in Advanced Humanities*, 4(2). <https://doi.org/10.58256/rjah.v4i2.1111> [in English].
- r/StarWar. (n.d.). *Reddit*. Retrieved August 4, 2023, from <https://www.reddit.com/r/StarWars/?rdt=48787> [in English].
- The Force.Net. (n.d.). *Home*. Retrieved August 4, 2023, from <http://theforce.net/> [in English].
- Wookieepedia. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved August 4, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Wookieepedia> [in English].

▪ SOCIAL MEDIA AS A FACTOR OF THE AUDIOVISUAL CULTURE TRANSFORMATION IN THE ERA OF TRANSMEDIA

▪ Denys Suchkov

▪ Lecturer,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0003-2716-3873

e-mail: denele@ukr.net

The aim of the article is to analyze the role of social media as a factor in the transformation of audiovisual culture in the era of transmedia. *Research results*. The concept of "transmedia storytelling" was proposed by American researcher H. Jenkins to argue for the need to distribute

media content on various media platforms. Transmedia is a process in which elements of an artwork reach their audience on various media platforms: cinema, television, books, comics, etc. The transmedia nature of audiovisual culture has manifested itself with the advent of the Internet and digital technologies, in particular, social media. The latter helps to implement the basic principles of “transmedia storytelling” and activate the semantic core of its concept — collective intelligence. Fans of the franchise become hunters for information that is most easily obtained in social media, which turns into a place of collective creativity where their favorite characters can get new details of their own lives and adventures. It also helps to promote the project. The most successful and popular franchise that implements all the advantages of transmedia is “Star Wars”. On social media, the franchise actively builds interaction with fans, providing them with exclusive content, announcements of future projects, organizing contests, thematic hashtags, etc. *Scientific novelty* of the research. For the first time, the possibilities of social media in ensuring the transmedia of modern visual culture are considered. *Conclusions.* Thanks to the transmedia expansion of narrative, in which social media play an important role, not only a new configuration of the audiovisual industry is emerging, but also all the narratives of audiovisual culture are changing, and the discourse of audiovisual culture is losing its usual imperative mediated by the existence of the author-artist. This leads to a virtually endless process of creativity involving not only creators but also viewers. The involvement of an increasing number of participants in the process of creation points to the performative and interactive nature of contemporary audiovisual culture.

■ **Keywords:** audiovisual culture; social media; transmedia; creativity; collective intelligence; “Star Wars”



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293803

УДК 338.48:379.8(477)

**ВПЛИВ СУЧАСНИХ TRAVEL-ТРЕНДІВ НА РОЗВИТОК
КУЛЬТУРНО-ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ**Леся Устименко^{1а}, Юлія Назимко^{2а}¹Кандидат педагогічних наук, доцент,

ORCID: 0000-0003-2631-1459

e-mail: ustilesia@gmail.com

²магістр,

ORCID: 0009-0000-8859-1682

e-mail: yulychka12@gmail.com

^аКиївський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

Для цитування:

Устименко, Л., & Назимко, Ю. (2023). Вплив сучасних travel-трендів на розвиток культурно-туристичних дестинацій України. *Питання культурології*, 42, 296–306. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293803>

Мета статті — проаналізувати сучасні travel-тренди та їх вплив на розвиток культурно-туристичних дестинацій України. *Результати дослідження*. Використання основних наукових методів критичного аналізу, систематизації та синтезу, а також методологічних підходів, що застосовуються в культурології (структурно-функціональний аналіз, методика адаптації культурних ресурсів до експонування), дало змогу проаналізувати теоретичні аспекти розвитку культурно-туристичних дестинацій. Для подолання кризи туристичної індустрії запропоновано організувати нові заходи, які привернуть увагу туристів до трендових культурно-туристичних дестинацій, зокрема програму «Столиці туризму України», де можна було б окремо виділити тематичні столиці, які охопили б відповідні культурно-туристичні дестинації. Обґрунтовано пропозицію щодо створення портфеля ініціатив профільних програм культурного туризму в трендових туристичних дестинаціях з метою їх популяризації; визначено основні критерії конкурсного відбору програми «Столиці туризму України» за тематичними профілями. *Наукова новизна*. Введено до наукового обігу туризмознавства поняття «трендова культурно-туристична дестинація». Розроблено та представлено класифікацію трендових культурно-туристичних дестинацій. *Висновки*. Схарактеризовано сучасні travel-тренди як чинники розвитку культурно-туристичних дестинацій. Визначено специфічні особливості трендових культурно-туристичних дестинацій України та перспективи їх розвитку. Досліджено вплив сучасних туристичних трендів на формування та зростання попиту в найбільш відвідуваних регіонах України. Визначено можливості впровадження інноваційних підходів у системі управління та оптимізації діяльності

© Гаврилук А., 2023

© Виставна А., 2023

Стаття надійшла до редакції: 29.07.2023

туристичної індустрії України в цілому та ефективного функціонування і розвитку трендових культурно-туристичних дестинацій зокрема. Розроблено практичні рекомендації щодо формування, оптимізації та розвитку культурно-туристичних дестинацій України в контексті сучасних туристичних трендів на основі світового досвіду.

■ **Ключові слова:** трендова культурно-туристична дестинація; тренд-менеджмент; класифікація трендових культурно-туристичних дестинацій; тренди сфери гостинності та туризму; трендові фахові майстер-класи

■ Вступ

Глобалізація та динамічні процеси, які сьогодні відбуваються у світі, постійно запроваджують нові технології, тренди та тенденції. Тому сучасні тенденції та тренди в туризмі займають провідне місце в розвитку галузі. Сьогодні Всесвітня туристична організація (UNWTO) виділяє основні чинники, що формують загальні тренди і тенденції та туристичні потоки:

– глобалізація, що базується на довгострокових економічних тенденціях, а саме на функціонуванні світової економіки, що своєю чергою посилює процеси глобалізації;

– загальні соціальні тенденції, зокрема урбанізація, індивідуалізація, гедонізація відпочинку, прагнення та очікування нових поколінь;

– політичні тенденції, зокрема забезпечення безпеки туристів, посилення національної кібербезпеки країн світу;

– обмін культурним досвідом, популяризація та збереження культурної своєрідності світової спадщини;

– тенденції збереження навколишнього середовища, зокрема енергетики та природних ресурсів, намагання уникнути загрозливих кліматичних змін, раціональне використання природних ресурсів, розвиток екокультури та перехід до здорового способу життя;

– швидкий розвиток цифрових технологій (UNWTO, n.d.).

Сучасний етап розвитку туризму характеризується активним формуванням туристичних дестинацій, які є комплексним ресурсним складником туристичної системи. У світовій конкуренції за туриста туристична індустрія загалом і провідні туроператори зокрема мають безперервно розвиватися відповідно до туристичних трендів та вдало їх використовувати у своїй діяльності, тому важливим завданням є дослідити вплив туристичних трендів на розвиток туристичних дестинацій. Туристична індустрія України має забезпечувати конкурентоспроможність національного туристичного продукту, тому актуальними є здійснення аналізу та характеристика стану національних туристичних дестинацій, дослідження провідних туристичних трендів і визначення їх впливу щодо створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, що має відповідати сучасним світовим стандартам (Онисько, 2012).

■ Аналіз попередніх досліджень

У статті здійснено огляд актуальних наукових публікацій, відповідного теоретичного матеріалу з теми дослідження. Теоретичне осмислення питань, що

стосуються поняття «туристична дестинація», представлено в публікаціях вітчизняних науковців. Так, Н. Лейпер (Leiper, 1990) та Т. Ткаченко (2009) впровадили дестинацію в наукову практику. Поняття «туристична дестинація» ввів Н. Лейпер (Leiper, 1990), який розглядав її як географічну територію, що приваблива для мандрівників. Серед вітчизняних учених дослідженнями теоретико-практичного значення туристичних дестинацій займалися В. Брич, О. Любіцева, О. Кифяк, М. Бойко, М. Мальська, Д. Басюк, П. Берест, Н. Корж, А. Мазаракі, Т. Лужанська, А. Головчан, С. Мельниченко, О. Яковчук, О. Третяков, О. Музиченко-Козловська та ін. Класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристичного ресурсу присвячені праці О. Зараховського (2019) та інших дослідників.

Вивченню туристичних трендів як ресурсу туризму присвячені роботи О. Бейдика, Л. Устименко, М. Онисько, І. Крупіци, С. Сировця, Є. Музички, В. Петренко та ін. Однак невирішеними залишаються, зокрема, питання впливу туристичних трендів на розвиток культурно-туристичних дестинацій України в сучасних умовах, яким присвячене це дослідження.

■ **Мета статті**

Метою статті є аналіз сучасних туристичних трендів та з'ясування їх впливу на розвиток культурно-туристичних дестинацій України. Для виконання поставленої мети важливо: проаналізувати теоретичні аспекти дослідження культурно-туристичних дестинацій; схарактеризувати сучасні travel-тренди як чинники розвитку культурно-туристичних дестинацій; проаналізувати сучасний стан і перспективи розвитку культурно-туристичних дестинацій сучасної України; дослідити вплив сучасних туристичних трендів на формування попиту в найбільш відвідуваних регіонах України; визначити можливості впровадження інноваційних підходів на туристичних підприємствах України щодо функціонування та розвитку культурно-туристичних дестинацій; розробити практичні рекомендації щодо розвитку культурно-туристичних дестинацій України в контексті сучасних туристичних трендів та світового досвіду.

■ **Результати дослідження**

Вивчення публікацій, присвячених різним аспектам розвитку туристичних дестинацій, показало, що вони є вже частково неактуальними та потребують створення нових концепцій, підходів і визначення нових напрямів діяльності туристичної індустрії. Розвиток суспільства має нові проблеми та ставить нові завдання, особливо після спалаху COVID-19, які потребують інноваційних підходів та рішень, що своєю чергою спонукає звернути увагу на останні туристичні тенденції, які істотно впливають на розвиток туристичних дестинацій. На сьогодні вкрай актуальними є характеристика та аналіз впливу нових туристичних трендів, розробка відповідних концепцій оптимізації діяльності культурно-туристичних дестинацій України в сучасних умовах.

Попри наявність численних наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених з туристичних дестинацій до визначення поняття «туристська дестинація» не склався єдиний підхід.

Відомо, що Всесвітня туристична організація (UNWTO) дає таке визначення: «дестинація — це фізичний простір, у якому відвідувач проводить не менше однієї доби. Він охоплює туристичні продукти, такі як послуги й атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування. Цей простір має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» (UNWTO, n.d.).

Отже, дестинаціями називають території, яким необхідно мати привабливі об'єкти, бути легко доступними (географічно та економічно) для більшості туристів, які мають відповідну інфраструктуру та сервіс. На наш погляд, терміном «дестинація» потрібно описувати не тільки окремо взяте місто або курорт, а і їх периферію та окремі об'єкти між населеними пунктами, тому що для формування потенціалу туристичної сфери є багато чинників. Під час комплектування території окремі пункти необхідно залучати в дестинацію з таких причин: по-перше, діяльність туристичного об'єкта або сервісу на конкретній території повноцінно допустиме тільки в кооперації з периферією; по-друге, зі зростанням кількості туристів також цікавими стають і місця дещо віддалені, що зберегли первозданність, а не тільки найпопулярніші об'єкти. Відповідно, можна стверджувати, що дестинацією називають територію, яка, окрім центрального туристичного об'єкта, має також привабливе оточення та доступність для відвідування більшістю туристів.

Розвиток туристичної дестинації тісно пов'язаний з основними та тимчасовими тенденціями та трендами. Туристичний тренд — це тимчасова тенденція, що висвітлює ключові зміни в туризмі та може бути лінійною, системною або циклічною (Ustymenko, 2021).

З огляду на проведене дослідження з аналізу теоретичного матеріалу щодо понять «туристична дестинація» та «туристичні тренди» пропонується ввести до наукового обігу таке визначення терміна «трендова культурно-туристична дестинація» — це місце з наявними атрактивними культурними ресурсами, відповідними актуальним туристичним трендам, яке може задовольнити культурні запити та інтереси мандрівників і має потужний потенціал щодо акумуляції туристичних потоків, що своєю чергою є важливим чинником популяризації національно-культурної спадщини. Наприклад, це може бути місце з унікальним архітектурним стилем, місцевою кухнею, традиціями та культурою, пам'ятками або іншими аспектами, які стали популярними серед туристів (Батурин, Сорочинці, Трипілля тощо).

Такі дестинації можуть з'являтися на підставі нових трендів, наприклад, підвищення інтересу до певного виду туризму та культурних ресурсів зумовлюють відкриття нових маршрутів. Трендові місця можуть бути джерелом доходу для туристичної галузі та підвищення привабливості регіону серед туристів.

Вивчаючи потенціал трендових культурно-туристичних дестинацій, слід використовувати загальнонаукові методи та підходи, що використовуються в культурології, зокрема структурно-функціональний аналіз, методика адаптації культурних ресурсів до експонування. Особливе місце посідає системний метод, що є найбільш загальним методом дослідження як культури в цілому, так і окремих

її форм. Цей метод орієнтує дослідника на вивчення культури чи культурного феномену як чогось цілого, елементи якого пов'язані численними відношеннями (функціональні, інформаційні та інші). Взаємодія та взаємозв'язок елементів призводить до виникнення нових інтегративних властивостей системи. Також у певному сенсі унікальним методом є семіотичний, що ґрунтується на твердженні, що будь-який культурний об'єкт чи процес (матеріальний чи духовний) розглядається як певний знак або знакова система, завдяки чому здійснюється комунікація, трансляція досвіду від покоління до покоління.

На основі опрацьованого матеріалу визначено критерії та розроблено класифікацію трендових культурно-туристичних дестинацій, яку можна представити так:

- за місцем розташування (локацією) трендові культурно-туристичні дестинації можуть бути міськими, сільськими, розташовані між населеними пунктами;
- за видом використання відповідних туристичних ресурсів, тобто трендові культурно-туристичні дестинації, що здебільшого використовують певні історико-культурні ресурси;
- за масштабом популярності трендові культурно-туристичні дестинації поділяються на місцеві, національні, світового рівня;
- за доступністю трендові культурно-туристичні дестинації поділяються на доступні за місцем знаходження та складнодоступні;
- за ціною категорією трендові культурно-туристичні дестинації поділяються на безплатні, економваріант, VIP;
- за регулярністю функціонування трендові культурно-туристичні дестинації поділяються на постійного функціонування та тимчасові.

Проаналізувавши різні спеціалізовані джерела інформації, зауважимо, що у 2023 році основними туристичними трендами мають стати:

- регенеративні подорожі, де основна увага буде зосереджена на подорожах, які позитивно впливають на культуру та природу;
- віртуальний туризм. Підживлюючи інтерес до метавсесвіту, віртуальна та доповнена реальність можуть перенести мандрівників назад у часі, реконструювати важливі реліквії та ознайомити з інтер'єрами та пропозиціями готелів, ресторанів, туристичними визначними пам'ятками та багатьма іншими об'єктами онлайн;
- подорожі залізницею. Зручність, вартість та екологічність — це чинники, які допоможуть відродити пристрасть до подорожей потягами у 2023 році. Кілька приватних компаній відновлюють нічні поїзди по всій Європі. Нові маршрути та технологічні оновлення залучать людей, які хочуть уповільнити та планувати свої подорожі між країнами більш послідовно;
- NFT подорожі. Non-Fungible Tokens (NFTs) — цифрові активи, які зберігаються на блокчейні — скоро почнуть використовуватися в туристичній індустрії. Перші користувачі використовують їх як ключі, щоб розблокувати фізичний досвід подорожей і реальні приватні простори/мережі. І хоча NFT застосовуватимуться на ринку розкішних подорожей, забезпечуючи додатковий рівень ексклюзивності, їх також можна використовувати для підтримки проектів зі збору коштів і сталого розвитку;

– електроподорожі. Після недавнього глобального попиту на електровелосипеди, подорожі на електросамокатах, електросанчатах, човнах починають розвиватися. І попри занепокоєння щодо наявності та швидкості зарядних пристроїв для електромобілів (EV), оренда електромобілів також стане більш реалістичною можливістю для мандрівників у Європі та США цього року;

– #Hutlife. Після пандемії все більше туристів намагатимуться дистанціюватися від інших людей, відмовляючись від готелів на користь сільських будинків і котеджів;

– активні подорожі. Перехід до віддаленої роботи означає, що мільйони людей починають вести малорухливий спосіб життя. Це нове глобальне середовище змушує віддалених і гібридних працівників прагнути до пересування, спонукаючи їх шукати більш активний відпочинок, де вони можуть поєднувати фізичні вправи із зануренням у природу;

– гіперперсоналізація. Індивідуальне обслуговування завжди було ознакою розкішних подорожей, але тепер туристичні компанії роблять усе можливе, щоб туристи отримали унікальні враження. Водночас мандрівники починають вимагати більш персоналізованих подорожей незалежно від бюджету (Parkes & Embling, n.d.).

Внутрішній туризм, як і раніше, залишається в тренді. Однак в Україні після повномасштабного вторгнення ситуація дещо відрізняється. Так, згідно з даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), за перші пів року загальні надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися на 26%. У перші дні війни люди масово їхали у більш безпечні регіони, а саме на захід країни. Загалом від готелів до державного бюджету в перші шість місяців цього року надійшло майже 461 млн грн ("*Подорожі та війна*", 2022).

Після 24 лютого 2022 року пріоритетом під час подорожей стала безпека. У людей з'явилася потреба психологічного розвантаження та зросла зацікавленість до власної історії. Наразі популярними є міські екскурсії та подорожі до історичних пам'яток. Зберігається інтерес до міського туризму — Львів, Ужгород, Київ, Івано-Франківськ, Чернівці, а також невеличкі міста в західних регіонах, відомі своєю гостинністю та атмосферою, природні локації мають попит серед українців.

Наразі в Україні наявна ще одна проблема, яка впливає на розвиток культурно-туристичних дестинацій. А саме руйнування інфраструктури, на відновлення якої потрібен час і кошти. Сьогодні в Україні хочуть застосувати досвід Хорватії, яка свого часу теж пережила війну та руйнування, а нині має дуже розвинену туристичну галузь. Уряд Хорватії почав відновлювати туризм у тих регіонах, які війна не зачепила. Тому в Україні планується насамперед спрямувати зусилля на розбудову Карпатського регіону (Абакумова, 2023). А вже після розмінування та відновлення територій буде розвиток туризму в інших регіонах. Крім того, Державне агентство розвитку туризму працює над питанням меморіалізації Київщини як регіону, що пережив окупацію (Державне Агентство Розвитку Туризму, б.д.).

На нашу думку, шляхами для подолання кризи туристичної індустрії також повинні бути розвиток вже наявних і створення нових заходів, які привернуть

увагу туристів. Так, цікавою програмою є «Культурні столиці України» за сприянням Українського інституту книги та ГО «Всеукраїнське громадське об'єднання "Інститут Республіка"», а також за суттєвої інформаційної підтримки Всеукраїнської асоціації органів місцевого самоврядування «Асоціація об'єднаних територіальних громад» та Всеукраїнської громадської організації «Асоціація малих міст України». «Культурна столиця України» — почесний річний статус, який може бути присвоєний територіальній громаді (потенційній або реальній туристичній дестинації) зі спроможністю реалізувати річну програму культурно-мистецьких проєктів (портфель ініціатив).

У межах програми був проведений конкурс за почесні річні статуси:

- Велика культурна столиця-2022;
- Мала культурна столиця-2022;
- Книжкова столиця-2022 (Український культурний фонд, б.д.).

Продовжуючи вдалий проєкт для підтримки та розвитку туристичної галузі в цілому та туристичних дестинацій зокрема, варто розробити та провести програму «Туристичні столиці України», де можна було б окремо виділити «Столиця гастрономічного туризму України», «Крафтова туристична столиця України», «Столиця гірськолижного туризму України», «Літературна столиця України», «Наукова столиця України» (розвиток наукового туризму), «Морська столиця України»; «Столиця пізнавального туризму України», «Столиця екстремального туризму України», «Столиця промислового туризму України» та ін. Для туристів відвідування подібних столиць матиме пізнавальне значення та позитивні туристичні враження.

До прикладу, сформуємо критерії для конкурсу «Столиця гастрономічного туризму України»:

- культурна спадщина: історія та традиції гастрономічної культури регіону, зокрема давні рецепти, національні страви та традиції, пов'язані з харчуванням;
- якість і різноманітність: доступність високоякісних продуктів та їжі, різноманітність і наявність страв різних кухонь світу. Також можуть бути враховані регіональні сезонні продукти, спеціальні технології приготування та інноваційні техніки;
- гастрономічна інфраструктура: наявність ресторанів, кав'ярень, кулінарних шкіл, фермерських ринків та інших закладів, пов'язаних з гастрономічною культурою регіону. Важливо також враховувати наявність туристичної інфраструктури, яка допомагає відвідувачам насолоджуватися місцевою кухнею та звичаями;
- туристичний потенціал: наявність культурних і природних визначних місць, розвиток туризму, можливості для активного відпочинку та екскурсій. Важливою є також наявність кваліфікованого персоналу та підтримка державної і місцевої влади в організації подій, пов'язаних з гастрономією;
- інновації та розвиток: інноваційні підходи та розвиток гастрономічної культури, наявність кулінарних і гастрономічних конкурсів, співпраця з кулінарними експертами та провідними гастрономічними школами, розвиток гастрономічного туризму та інноваційність підходів до просування гастрономічної культури в цифровому просторі;

- соціальна відповідальність: наявність програми зі зменшення відходів і стимулювання екологічних підходів, використання місцевих продуктів та підтримка місцевих виробників;
- маркетингові підходи: наявність ефективних стратегій просування та реклами місцевої гастрономічної культури, наявність спеціальних подій, фестивалів, маркетів та інших заходів, що привертають увагу до регіону та його гастрономії;
- економічний потенціал: наявність інвестиційних проєктів і розвиток малого та середнього бізнесу в гастрономічній сфері, що сприяють збільшенню кількості робочих місць та економічному зростанню регіону;
- гастрономічні тренди: це найважливіший складник, який має залучити не тільки туристів, але і професіоналів гастрономічної справи, які можуть успішно демонструвати свою майстерність, проводячи фахові майстер-класи.

Врахування цих критеріїв допоможе визначити переможця конкурсу «Столиця гастрономічного туризму України» та сприятиме розвитку гастрономічної культури та гастрономічного туризму (за умови успішного проведення заходу), що зробить більш привабливою для туристів та інвесторів трендову туристичну дестинацію. Відповідно, іншопрофільні «Столиці туризму України» можуть розробити аналогічні критерії (більшість з представлених є універсальними).

Отже, сучасні travel-тренди мають значний вплив на розвиток туризму в Україні. Ці тренди визначають очікування туристів і змінюють їхнє сприйняття туризму та відпочинку. Деякі з них охоплюють:

- збільшення кількості туристів;
- розвиток нових видів туризму;
- підвищення якості послуг;
- розвиток інфраструктури;
- збереження культурної спадщини.

Однак сучасні тренди в туризмі також можуть мати негативний вплив на деякі туристичні дестинації в Україні. Наприклад, попит на туризм може спричинити перенавантаження популярних місць відпочинку, що може завдати шкоди довкіллю та знизити якість відпочинку для туристів. Своєю чергою це легко контролюється дотриманням вимог щодо пропускнуго потенціалу туристичних ресурсів і територій (дестинацій).

Крім того, недосконале управління туристичною індустрією може призвести до нерівномірного розвитку різних регіонів України та до проблем зі збереженням культурної спадщини та довкілля. Важливо, щоб уряд та інвестори забезпечили збалансований розвиток туристичної індустрії, який би сприяв розвитку економіки країни, збереженню культурної спадщини, довкілля та задоволенню потреб туристів.

Висновки

Застосування наукових і культурологічних методів дало змогу проаналізувати теоретичні аспекти дослідження культурно-туристичних дестинацій і схарактеризувати сучасні travel-тренди як чинники розвитку туристичних дестинацій. Визначено специфічні особливості трендових культурно-туристичних дестинацій.

цій України та перспективи їх розвитку. Досліджено вплив сучасних туристичних трендів на формування попиту в найбільш відвідуваних регіонах України, можливості впровадження інноваційних підходів на туристичних підприємствах України щодо функціонування та розвитку культурно-туристичних дестинацій. Розроблено практичні рекомендації щодо розвитку туристичних дестинацій України в контексті сучасних туристичних трендів та на основі світового досвіду.

У теоретичному аспекті на основі опрацьованого матеріалу визначено критерії, розроблено та представлено класифікацію трендових культурно-туристичних дестинацій. Також введено до наукового обігу туризмознавства поняття «трендова культурно-туристична дестинація».

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці та здійсненні концепції реалізації потенціалу культурно-туристичних дестинацій України в контексті сучасних туристичних трендів засобами туризму та рекреаційної діяльності. Відповідно, для подолання наявної кризи національної туристичної індустрії запропоновано організувати нові заходи, що привернуть увагу туристів до трендових культурно-туристичних дестинацій, зокрема програму «Столиці туризму України», де можна було б окремо виділити тематичні столиці, щоб охопити відповідні культурно-туристичні дестинації. Обґрунтовано пропозицію щодо створення портфеля ініціатив профільних програм культурного туризму в трендових туристичних дестинаціях з метою їх популяризації; визначено основні критерії конкурсного відбору програми «Столиці туризму України» за тематичними профілями. Механізми зазначеної концепції мають сприяти ефективному функціонуванню місць і регіонів, забезпечуючи високу конкурентоспроможність та сталий потік туристів. Отже, туристичні підприємства та державні установи мають змогу планувати та реалізовувати відповідні запропоновані заходи, що здатні подолати кризу розвитку культурно-туристичних дестинацій України, забезпечити залучення різних груп населення до процесу пізнання конкретного туристичного регіону в цілому та подолати проблеми розвитку культурно-туристичних дестинацій зокрема.

■ Список посилань

- Абакумова, Ю. (2023, 2 березня). Мар'яна Олесків, голова Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). У першу чергу зосередимося на розбудові Карпатського туристичного регіону. *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3677158-marana-oleskiv-golova-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-dart.html>
- Державне Агентство Розвитку Туризму. (б.д.). *Головна*. <https://www.tourism.gov.ua/>
- Зараховський, О. (2019). Класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристичного ресурсу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 31, 38–43. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi31.216>
- Онисько, М. Б. (2012). Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії. *Агентство стратегічних досліджень*. <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>
- Подорожі та війна: як змінився внутрішній туризм*. (2022, 8 листопада). Mandria.ua. <https://www.mandria.ua/ukraine/beach/104340>
- Ткаченко, Т. І. (2009). *Сталий розвиток туризму* [Монографія]. Київський національний торговельно-економічний університет.

- Український культурний фонд. (б.д.). *Культурні столиці України*. https://ucf.in.ua/m_programs/5f74557e84e55b412c163442
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B)
- Parkes, L., & Embling, D. (n.d.). Travel in 2023: Connecting People, Places and Planet. *Euronews Travel*. <https://view.ceros.com/euronews/euronews-2023-travel-trend-report-1/p/1>
- UNWTO. World Tourism Organization. (n.d.). *Home*. <https://www.unwto.org/>
- Ustymenko, L. (2021). Impact of Current Tourism Trends on the Formation of Leisure Culture: Ukrainian Context. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 119–128. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235899>

References

- Abakumova, Yu. (2023, March 2). *Mariana Oleskiv, holova Derzhavnoho ahentstva rozvytku turyzmu (DART). U pershu cherhu zoseredymosia na rozbudovi Karpatskoho turystychnoho rehionu* [Mariana Oleskiv, head of the State Tourism Development Agency (DART). First of all, we will focus on the development of the Carpathian tourist region]. *Ukrinform*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3677158-marana-oleskiv-golova-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-dart.html> [in Ukrainian].
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B) [in English].
- Onysko, M. B. (2012). *Mizhnarodnyi turyzm: svitovi tendentsii ta ukrainski realii* [International tourism: global trends and Ukrainian realities]. *Ahentstvo stratehichnykh doslidzhen* <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html> [in Ukrainian].
- Parkes, L., & Embling, D. (n.d.). Travel in 2023: Connecting People, Places and Planet. *Euronews Travel*. <https://view.ceros.com/euronews/euronews-2023-travel-trend-report-1/p/1>
- Podorozhi ta viina: yak zminyvsia vnutrishnii turyzm* [Travel and War: How Domestic Tourism Has Changed]. (2022, November 8). *Mandria.ua*. <https://www.mandria.ua/ukraine/beach/104340> [in Ukrainian].
- State Agency for Tourism Development of Ukraine. (n.d.). *Holovna* [Home]. <https://www.tourism.gov.ua/> [in Ukrainian].
- Tkachenko, T. I. (2009). *Stalyi rozvytok turyzmu* [Tourism sustainable development] [Monograph]. Kyiv National University of Trade and Economics [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.). *Kulturni stolytsi Ukrainy* [Cultural capitals of Ukraine]. https://ucf.in.ua/m_programs/5f74557e84e55b412c163442 [in Ukrainian].
- UNWTO. World Tourism Organization. (n.d.). *Home*. <https://www.unwto.org/> [in English].
- Ustymenko, L. (2021). Impact of Current Tourism Trends on the Formation of Leisure Culture: Ukrainian Context. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 119–128. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235899> [in English].
- Zarakhovskyi, O. (2019). *Klasyfikatsii nerukhomykh obektiv kulturnoi spadshchyny yak turystychnoho resursu* [Classification of cultural sites as a tourist resource]. *Ukrainian Culture: The Past, Modern, Ways of Development*, 31, 38–43. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi31.216> [in Ukrainian].

THE IMPACT OF MODERN TRAVEL TRENDS ON THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND TOURIST DESTINATIONS IN UKRAINE

Lesia Ustymenko^{1a}, Yuliia Nazymko^{2a}

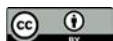
¹PhD in Pedagogy, Associate Professor,
ORCID: 0000-0003-2631-1459
e-mail: ustilesia@gmail.com

²Master,
ORCID: 0009-0000-8859-1682
e-mail: yulichka12@gmail.com

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

The aim of the article is to analyse modern travel trends and their impact on the development of cultural and tourist destinations in Ukraine. *Research results.* The use of the main scientific methods of critical analysis, systematisation and synthesis, as well as, methodological approaches used in cultural studies (structural and functional analysis, methods of adaptation of cultural resources for exhibition), made it possible to analyse the theoretical aspects of cultural and tourist destinations development. To overcome the crisis in the tourism industry, it is proposed to organise new events that will draw tourists' attention to trendy cultural and tourist destinations, including the "Tourism Capitals of Ukraine" programme, where thematic capitals could be separately identified to cover the relevant cultural and tourist destinations. The article substantiates the proposal to create a portfolio of specialised cultural tourism programmes initiatives in trendy tourist destinations with a view to their promotion; identifies the main criteria for the competitive selection of the "Tourism Capitals of Ukraine" programme by thematic profiles. *Scientific novelty.* The concept of "trendy cultural and tourist destination" is introduced into the scientific circulation of tourism studies. The classification of trending cultural and touristic destinations has been developed and presented. *Conclusions.* Modern travel trends as factors in cultural and tourist destinations development are characterised. The specific features of trendy cultural and tourist destinations in Ukraine and the prospects for their development are identified. The influence of modern tourist trends on the formation and growth of demand in the most visited regions of Ukraine is studied. The possibilities of introducing innovative approaches in the management and optimisation system of the tourism industry of Ukraine in general and the effective functioning and development of trendy cultural and tourist destinations, in particular, are identified. Practical recommendations on the formation, optimisation and development of cultural and tourist destinations of Ukraine in the context of modern tourist trends based on international experience are developed.

Keywords: trendy cultural and tourist destination; trend management; trendy cultural and tourist destinations classification; trends in hospitality and tourism; trendy professional master classes



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293804

УДК 687.016:004.946]:316.7

ЦИФРОВА МОДА: ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЗНАЧЕННЯ

Вікторія Черевач

Асистент,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0001-7263-1272

e-mail: victoria0508@ukr.net

Для цитування:

Черевач, В. (2023). Цифрова мода: основні чинники виникнення та соціокультурне значення.

Питання культурології, 42, 307–315. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293804>

Мета статті — з'ясувати основні умови виникнення та значення цифрової моди для суспільства та культури. *Результати дослідження*. Digital clothing можуть бути будь-які предмети гардероба, які створюються та носяться у віртуальному середовищі. Вони можуть бути створені за допомогою комп'ютерної графіки, 3D-технологій і візуальних ефектів. Цифрова мода охоплює такі елементи, як віртуальний одяг, розширена реальність, віртуальні кімнати для примірювання одягу та покупки, віртуальні модні покази. Цифрова мода виникла ще з появою перших комп'ютерних ігор, однак як тренд вона постала з початку пандемії. Нині аудиторія прихильників віртуального вбрання зростає: велика кількість користувачів інтернету потребує створення різноманітного контенту з власними фотографіями. *Наукова новизна дослідження*. Вперше в українській культурології висвітлено основні чинники виникнення та значення цифрової моди та одягу для культури і суспільства. *Висновки*. Цифрова мода — новий тренд fashion-індустрії, за якого люди створюють і носять цифровий 3D-одяг за допомогою технологій доповненої реальності. Таке поєднання моди та цифрових технологій можливе завдяки взаємодії віртуальних та доповнених реальністю елементів зі світом моди. Основні соціокультурні зміни, які сприяли появі цифрової моди, пов'язані з цифровими технологіями: диджиталізація змінила способи доступу до розваг та культурних контентів, урізноманітнила способи комунікації, пришвидшила поширення ідей та надала нові засоби для творчості та самовираження. Як незвичне злиття моди та технологій цифрова мода привносить інновації та змінює традиційні уявлення про моду, розширюючи межі творчості, та стимулює розвиток і подальші інновації. Вона відкриває нові можливості для самовираження, освіти, комунікації, формування екологічної культури та культури споживання, змінивши загальну концепцію володіння одягом. Використання цифрового одягу — досить прогресивна сфера модних культурних практик, яка продовжує активно розвиватися, шукати нові способи втілення та соціокультурної комунікації.

Ключові слова: цифрова мода; культура; віртуальний одяг; соціокультурні зміни; цифрові технології; споживання

Вступ

Диджиталізація як переформатування будь-яких явищ і процесів на основі використання цифрових технологій суттєво вплинула на сучасне суспільство та культуру. І не дивно, адже нині вона охоплює майже всі сфери суспільного побутування, включаючи комунікацію, розваги, освіту, творчість, роботу, мистецтво тощо. Врешті-решт диджиталізація не лише значно розширила форми комунікації між людьми, які нині за допомогою соціальних мереж, месенджерів та електронної пошти, що своєю чергою стали основними каналами спілкування, можуть легко зв'язуватися між собою у будь-який час та з будь-якого місця, а й фактично змінила уявлення про час і простір. Все це сприяє не лише глобалізації культури, а й швидкому поширенню різноманітних ідей.

Цифрова мода — це нова ідея у сфері fashion-індустрії, яка стала сучасним трендом, в якому люди носять цифровий 3D-одяг за допомогою технологій доповненої реальності. У цифровій моді віртуальні чи розширені реальністю елементи одягу можуть бути одягнені та змінені за допомогою цифрових технологій. Так, цифрова мода стала результатом поєднання традиційних уявлень про моду та інноваційних цифрових можливостей.

Digital-мода на цифровий одяг є порівняно новим явищем, яке вже сьогодні вносить свої корективи не лише в культуру споживання, а й у культуру загалом. Крім того, цифрова мода — новий об'єкт досліджень, зокрема в культурології. Відтак дослідження чинників її виникнення, впливу на трансформацію культури та суспільства, не викликає заперечень, особливо в контексті наукової концептуалізації.

Аналіз попередніх досліджень

Попри те, що поняття «цифрова мода» лише останніми роками увійшло до суспільного та наукового дискурсу, інтерес до неї постійно зростає. Про це, зокрема, свідчать публікації зарубіжних дослідників. Так, автори статті «На перетині моди, захопливих технологій і сталого розвитку: огляд літератури» аналізують публікації, в яких перетинаються проблеми моди, імерсивних технологій і сталого розвитку з метою визначити основні тенденції, вивчити запропоновані рішення та обговорити наслідки імерсивних технологій для сталого розвитку (Mesjar et al., 2023). У статті «Визначення цифрової моди: зміна форми за допомогою систематичного огляду» дослідники, застосовуючи індуктивний підхід, осмислюють наявні визначення цифрової моди та її компонентів, серед яких вони виокремлюють: дизайн, споживача, віртуальність, тіло, друкування та постачання. Також автори розглянули майбутні дослідницькі розробки для розширення цієї галузі (Baek et al., 2022). У публікації «Достатність і дематеріалізація моди: як цифрові замітники створюють нові ринкові можливості» автори аналізують комерційну доцільність цифрової моди та розкривають стратегічно значущий зв'язок цифрових заміників із чотирма новими очікуваннями споживачів: захопленням, корисністю, релятивністю та циклічністю (Schauman et al., 2023).

Автори публікації «Шукаю тактильні відчуття. Доторкніться до бізнес-стратегій цифровізації у сфері розкоші та моди під час COVID-19 і після нього» М. Орнаті та Н. Калбаска (Ornati & Kalbaska, 2022) досліджують можливості заповнення прогалин у вивченні цифрової моди і тактильних відчуттів. Серед українських публікацій варто зазначити статтю В. Зіркевич та Н. Борщевської (2021) «Віртуальна мода: одяг, створений цифровим способом», в якій дослідниці визначають процеси реалізації принципів віртуальної моди, способи візуалізації предметів цифрового дизайну та загальні особливості організації комерційних онлайн-ресурсів популяризації Digital Fashion.

На жаль, в українській культурології цифрова мода та її значення ще не ставали предметом наукового зацікавлення, що своєю чергою також актуалізує дослідження у цьому напрямі.

■ **Мета статті**

Мета статті — з'ясувати основні умови виникнення та значення цифрової моди для суспільства та культури.

■ **Результати дослідження**

Digital clothing можуть бути будь-які предмети гардероба, які створюються та носяться у віртуальному середовищі. Вони можуть бути створені за допомогою комп'ютерної графіки, 3D-технологій і візуальних ефектів. Такий одяг розробляється за допомогою спеціальних цифрових програм, як-от CLO 3D, Marvelous Designer, VStitcher, DC Suite та ін.

Цифрові елементи одягу можна «одягнути» на фото людини, на цифрові анімовані персонажі або використовувати у віртуальних світах та іграх. Так, віртуальний одяг стає основним елементом створення цифрової моди.

Окрім одягу, в цифровій моді містяться ще такі елементи:

– розширена реальність у моді: AR-технології поєднують віртуальні елементи з реальним світом. У цифровій моді це може проявлятися завдяки AR-застосункам, які дають змогу користувачам «приміряти» віртуальні предмети одягу та аксесуари за допомогою власних мобільних або спеціальних пристроїв AR;

– віртуальні примірювальні та покупки: цифрова мода може охоплювати віртуальні примірювальні та платформи для онлайн-покупок. Завдяки їм користувачі можуть приміряти віртуальний одяг на своїх цифрових аватарах або за допомогою розширеної реальності, а потім ухвалювати рішення щодо купівлі без фактичної примірки;

– цифрові покази моди та віртуальні події: цифрова мода відкриває нові можливості для організації віртуальних показів моди та подій. Це можуть бути онлайн-трансляції модних показів, інтерактивні віртуальні заходи. На них глядачі можуть взаємодіяти з моделями та одягом. А створення цифрових інсталяцій допомагає поринути в унікальний світ моди.

Часто вважається, що вперше віртуальний одяг став трендовим на початку пандемії COVID-19. Частково можна погодитися з цим твердженням. Наприклад, Міланський тиждень моди у 2021 р. (Milan Fashion Week Milan Fashion Week SS21) суттєво відрізнявся від попередніх. І справа не лише у відсутності

більшості гостей, наявності захисних масок, карантинних заходах та їхніх правилах, а й в тому, що більшість модних показів провели у digital-форматі з одночасною відеотрансляцією. Деякі покази взагалі можна було побачити лише онлайн через екран комп'ютера. Щоправда, покази Alberta Ferretti, Boss, Max Mara, Fendi, Salvatore Ferragamo відбулися наживо.

Насправді пандемія стала лише суттєвим тригером, який фактично окреслив потребу у використанні цифрового одягу. Потреба просто стала невідворотною. Дійсно, тренд почав формуватися, коли люди перебували на самоізоляції і пов'язаний, зокрема, з інфлюенсерами, яким необхідно було генерувати контент. Тому цифровий одяг став необхідною річчю для створення нового контенту з метою підвищення своєї впізнаваності в мережі та популяризації власної персони.

Першопрохідцем у сфері цифрової моди заведено вважати Кет Тейлор (Cattytay) — цифрового дизайнера, яка розробляє digital-одяг із 2015 р. Вже у травні 2019 р. за \$9500 була продана перша цифрова кутюрна голографічна сукня-комбінезон Iridesence від голландського стартапу The Fabricant, засновником якого є графічний дизайнер К. Мерфі. Її створили художниці Д. Джасковські, студія Dapper Labs та творці блокчейн-гри CryptoKitties. Її власником став виконавчий директор компанії Quantstamp Річард Ма, придбавши сукню для своєї дружини. Свій вчинок він прокоментував так: «Через 10 років усі будуть «носити» цифрову моду. Це унікальний сувенір. Це ознака часу» (Godwin, 2019).

Стартап The Fabricant щомісяця випускає на своєму сайті безплатний цифровий одяг, але користувачам потрібне програмне забезпечення та спеціальні навички, щоб «одягнути» його на свої фотографії.

Серед розробників колекції цифрового одягу варто зазначити скандинавську фірму Carlings, яка випустила цифрову колекцію для промоції справжнього одягу.

Отже, вважається, що цифрова мода — це тренд, який почав з'являтися у другій половині минулого десятиліття. Утім цифрова мода виникла ще з появою перших комп'ютерних ігор, коли відеогеймери почали обирати одяг («скіни», «шкури») для своїх ігрових персонажів. Цей одяг повинен був підходити певному персонажу і відповідати сюжету гри. Саме роботи дизайнерів відеоігор надихнули творців одягу на пошук нових можливостей у віртуальному просторі та на використання цифрового одягу для реальних людей.

Сьогодні поширена думка про те, що віртуальний одяг купують переважно публічні люди — блогери та знаменитості, а для більшості людей цифрова мода — це поки що не зовсім зрозумілий тренд. Водночас аудиторія прихильників віртуального вбрання зростає. Насамперед це зумовлено тим, що велика кількість користувачів інтернету потребує створення різноманітного контенту, зокрема з власними фотографіями. Зрозуміло, що постійно оновлювати гардероб — це нераціонально. Після фотосесії найчастіше одяг або повертають назад у магазин, або можуть і покласти далеко на полиці, або навіть викинути. Саме цифровий одяг вирішує ці проблеми.

З огляду на зазначене вище зрозуміло, що основні соціокультурні зміни, які сприяли появі цифрової моди, пов'язані з цифровими технологіями. Так, диджи-

талізація дійсно суттєво змінила способи доступу до розваг та різноманітних культурних контентів. Стримінгові платформи Netflix, YouTube, Spotify та ін. не лише пропонують широкий вибір фільмів, музики, відеоігор тощо, а й дають змогу обирати контент на власний розсуд, залежно від бажань, потреб чи настрою. Сьогодні люди мають доступ фактично до будь-яких глобальних культурних явищ та за допомогою цифрових технологій можуть швидко обмінюватися знаннями, досвідом та ідеями. Однією з таких ідей, яка швидко стала популярною, і є цифрова мода.

Варто також наголосити, що у виникненні цифрової моди не останню роль відіграла і онлайн-освіта. Онлайн-курси, відеоуроки, вебінари, конференції, освітні платформи та ін. дають змогу надавати освітню інформацію та здобувати навички у будь-якій галузі буквально не виходячи з дому та не переймаючись транспортними умовами, погодою, дрес-кодом та іншими чинниками, які впливають на вибір одягу для навчання чи роботи. Остання також змінила своє звичне «обличчя»: багато завдань тепер автоматизовані, комунікація між колегами та клієнтами відбувається онлайн, а фриланс і віддалена робота стають особливи популярними.

Важливим чинником виникнення цифрової моди можна також вважати розширення можливостей для творчого самовираження, які надають цифрові технології. На сьогодні інтернет надає платформи для демонстрації будь-яких творчих робіт, серед них не лише фотографії, живопис, музика чи літературні твори. Розвиваються новітні форми мистецтва, такі як цифрове мистецтво, віртуальна реальність, доповнена та змішана реальність, які створюють нові креативні форми та дають змогу артистам і творцям реалізувати свої ідеї та взаємодіяти з публікою у різних форматах, і фактично не залежати від різних кон'юнктурних чинників: ринку, попиту, конкуренції, поглядів і уподобань менеджерів та ін.

Отже, цифрова мода — це результат соціокультурних трансформацій, особливо підкріплених цифровими технологіями; вона також відіграє важливу роль у змінах, які відбуваються в культурі та суспільстві загалом.

У цілому вплив цифрової моди можна лише спробувати окреслити, оскільки це явище досить молоде, а тому його наслідки ще важко прогнозувати.

Вагому роль цифрова мода відіграє на індивідуальному рівні. По-перше, у потребі *самовиражатися*, підкреслювати свою індивідуальність, висловлювати свої творчі уподобання. Адже за допомогою віртуального одягу можна сміливо «виділитися з натовпу» завдяки трансформації зовнішнього образу, унікального стилю та візуальних ефектів. Такий одяг може бути незвичайним, можливо, таким, який людина не наважилася б одягнути в реальності або у неї не вистачило б коштів на облаштування такого фантастичного образу. Відтак цифрова мода найбільше притаманна тим, хто прагне виглядати ідеально на картинці та цифровим способом покращити фотографію, вдавши, що одягнений за останньою модою. Недарма дослідники Е. Бек, С. Хейнс, О.-Х. Фарес, З. Хуан, Ю. Хонг, М. Лі (Ваек et al., 2022) розуміють цифрову моду як «віртуальне створення, виробництво та представлення своєї особистості за допомогою комп'ютерного дизайну».

По-друге, прихильники цифрового одягу, як і будь-які інші, можуть формувати віртуальні спільноти за інтересами та інші форми соціальних взаємодій. Вони можуть обмінюватися ідеями, разом працювати над цікавими проектами та виражати свою індивідуальність у віртуальному просторі. З іншого боку, збільшення онлайн-сервісів і популярність онлайн-спілкування мотивують попит на цифрові образи. Так цифрова мода, крім іншого, проявляє свій вплив на трансформацію та створення різних практик комунікації у суспільстві.

По-третє, цифрова мода може змінити традиційну споживачську концепцію володіння одягом. Замість того, щоб придбати фізичний одяг, люди мають доступ до цифрових елементів одягу через абонементи, платформи обміну або віртуальні магазини. Це може змінити спосіб, яким ми взаємодіємо з одягом та споживаємо моду. Звичайно, ми відчуваємо багато позитивних емоцій саме від такої повсякденної практики, як одягання, прикрашання себе. Утім світ змінюється, особливо у тому, що стосується технологій і способу життя. Важко відчувати такий емоційний зв'язок з чимось, чого насправді не існує, особливо якщо це тактильний відчуття від дотику ніжної тканини. Тому людям доведеться вибудовувати зовсім інші відносини з одягом. Проте і ця проблема може бути вирішена. Так, на вебсайтах електронної комерції одяг дематеріалізовано, однак дотики можуть імітуватися за допомогою аудіовізуальних засобів. Такий розвиток тактильних технологій передбачає, що нові способи тактильної взаємодії можуть бути доступні вже й в онлайн-сфері (Ornati & Kalbaska, 2022).

З поширенням однакових вуличних магазинів шопінг наразі став дуже нудним. Елемент ексклюзивності, який можна створити за допомогою цифрового одягу, — це те, що могло б фактично повернути відчуття того, з яким задоволенням ми раніше робили покупки (Semik, 2019).

По-четверте, позаяк цифровий одяг — це продукт відповідних новітніх технологій, то його розвиток водночас стимулює і їхній розвиток, а також подальші інновації у галузі моди. Поєднання цифрових навичок, дизайну та інженерії сприяє появі нових ідей і рішень у модній індустрії. Цифровий одяг створюється за справжніми лекалами в професійних програмах, тому його зразки завжди можна відтворити в реальному житті. Водночас використання цифрових технологій дає дизайнерам змогу створювати цікавий та екстравагантний одяг.

У цьому контексті в межах створення цифрового одягу можна виділити декілька сфер для роботи: віртуальний одяг тільки для інтернету (соціальні мережі, ігри, метавсесвіти та ін.) та віртуальний одяг як один з етапів пошиття одягу. Завдяки цифровому одягу можна пропустити реальну примірку та замінити її віртуальною.

Така ситуація навіть може симулювати появу нових робочих місць і розширити можливості для творчості як у професіоналів, так і у пересічних людей. Звичайно, цифрова мода не зможе замінити звичайний одяг, але вона вже у будь-якому разі стане важливим складником модної індустрії.

Екологічні аспекти використання цифрового одягу — тема, яка, на нашу думку, потребує окремого розгляду. Утім, якщо коротко, то digital-моду насамперед часто пов'язують з турботою про екологію. Цифровий одяг не лише не зношується, він на сьогодні є найбільш екологічно дружньою альтернативою

традиційній моді в різних аспектах. Замість затрат на матеріали, працю, фізичне виробництво тощо цифровий одяг може бути створений і використаний без залучення фізичних матеріалів та людської праці. Це може суттєво знизити споживання ресурсів і негативний вплив на довкілля, адже це одяг, якого не існує ніде, крім цифрового середовища.

Цифрова мода може суттєво вплинути і на освіту. Вже сьогодні освітні платформи пропонують навчання зі створення цифрового одягу в різних редакторах. Можливо, у майбутньому з'явиться нова професія. Нині свої роботи цифрові модельєри можуть виставляти на маркетплейсах, таких як dressx.com, replicant.fashion та ін. До речі, DressX — це маркетплейс цифрового одягу, який у серпні 2020 р. запустили українки Д. Шаповалова та Н. Моденова.

■ Висновки

Цифрова мода — новий тренд fashion-індустрії, за якого люди створюють і носять цифровий 3D-одяг за допомогою технологій доповненої реальності. Таке поєднання моди та цифрових технологій можливе завдяки взаємодії віртуальних та доповнених реальністю елементів зі світом моди. Як незвичне злиття моди та технологій цифрова мода привносить інновації та змінює традиційні уявлення про моду, розширюючи межі творчості, стимулює розвиток та подальші інновації у сфері моди. Крім того, вона відкриває нові можливості для самовираження, освіти, комунікації, формування екологічної культури та культури споживання, змінивши загальну концепцію володіння одягом. Використання цифрового одягу — це нова, але досить прогресивна сфера модних культурних практик, яка продовжує активно розвиватися, шукати нові способи втілення та соціокультурної комунікації.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в поглибленому аналізі впливу цифрової моди на низку культурних практик, зокрема споживання, а також на формування екологічної культури.

■ Список посилань

- Зіркевич, В., & Борщевська, Н. (2021, 22 квітня). Віртуальна мода: одяг, створений цифровим способом. В *Актуальні проблеми сучасного дизайну* [Матеріали конференції] (Т. 1, с. 227–230). Київський національний університет технологій та дизайну. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17955/1/APSD2021_V1_P227-230.pdf
- Baek, E., Haines, S., Fares, O., Huang, Z., Hong, Y., & Hwan, S. (2022). Defining digital fashion: Reshaping the field via a systematic review. *Computers in Human Behavior*, 137, 107407. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107407>
- Godwin, C. (2019, 15 November). The £7,500 dress that does not exist. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/business-49794403>
- Mesjar, L., Cross, K., Jiang, Y., & Steed, J. (2023). The Intersection of Fashion, Immersive Technology, and Sustainability: A Literature Review. *Sustainability*, 15(4), Article 3761. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/4/3761>
- Ornati, M., & Kalbaska, N. (2022). Looking for haptics. Touch digitalization business strategies in luxury and fashion during COVID-19 and beyond. *Digital Business*, 2(2), Article 100035. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666954422000151?via%3Dih>

Schauman, S., Greene, S., & Korkman, O. (2023). Sufficiency and the dematerialization of fashion: How digital substitutes are creating new market opportunities. *Business Horizons*, 66(6), 741–751. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681323000459>

Semik, S. (2019, 2 July). Virtual Fashion: The Digitally Generated Clothes Appearing On Your IG Influencer Feeds. *ELLE*. <https://www.elle.com/uk/fashion/a28166986/digital-fashion-dressing-virtually/>

References

Baek, E., Haines, S., Fares, O., Huang, Z., Hong, Y., & Hwan, S. (2022). Defining digital fashion: Reshaping the field via a systematic review. *Computers in Human Behavior*, 137, 107407. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107407> [in English].

Godwin, C. (2019, 15 November). The £7,500 dress that does not exist. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/business-49794403> [in English].

Mesjar, L., Cross, K., Jiang, Y., & Steed, J. (2023). The Intersection of Fashion, Immersive Technology, and Sustainability: A Literature Review. *Sustainability*, 15(4), Article 3761. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/4/3761> [in English].

Ornati, M., & Kalbaska, N. (2022). Looking for haptics. Touch digitalization business strategies in luxury and fashion during COVID-19 and beyond. *Digital Business*, 2(2), Article 100035. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666954422000151?via%3Dih> [in English].

Schauman, S., Greene, S., & Korkman, O. (2023). Sufficiency and the dematerialization of fashion: How digital substitutes are creating new market opportunities. *Business Horizons*, 66(6), 741–751. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681323000459> [in English].

Semik, S. (2019, 2 July). Virtual Fashion: The Digitally Generated Clothes Appearing On Your IG Influencer Feeds. *ELLE*. <https://www.elle.com/uk/fashion/a28166986/digital-fashion-dressing-virtually/> [in English].

Zirkevych, V., & Borshchevska, N. (2021, April 22). Virtualna moda: odiah, stvorenyi tsyfrovym sposobom [Digital fashion: the digitally generated clothes appearing]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* [Actual problems of modern design] [Conference materials] (Vol. 1, pp. 227–230). Kyiv National University of Technologies and Design. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17955/1/APSD2021_V1_P227-230.pdf [in Ukrainian].

DIGITAL FASHION: MAIN FACTORS OF EMERGENCE AND SOCIO-CULTURAL SIGNIFICANCE

Viktorii Cherevach

Assistant,

Kyiv National University of Culture and Arts,

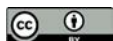
Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0001-7263-1272

e-mail: victorya0508@ukr.net

The aim of the article is to identify the main conditions for the emergence and significance of digital fashion for society and culture. *Research results.* Digital clothing can be any wardrobe items that are created and worn in a virtual environment. They can be created using computer graphics, 3D technologies and visual effects. Digital fashion includes elements such as virtual clothing, augmented reality, virtual fitting rooms and shopping experiences, and virtual fashion shows. Digital fashion dates back to the first computer games, but it has emerged as a trend since the beginning of the pandemic. Today, the audience of virtual outfits' fans is growing: a large number of Internet users need to create various content with their own photos. The main socio-cultural changes that have contributed to the emergence of digital fashion are related to digital technologies: digitalization has changed the ways of accessing entertainment and cultural content, diversified the ways of communication, accelerated the spread of ideas and provided new means for creativity and self-expression. *The scientific novelty of the study.* For the first time in Ukrainian cultural studies, the main factors of the emergence and significance of digital fashion and clothing for culture and society are highlighted. *Conclusions.* Digital fashion is a new trend in the fashion industry, where people create and wear digital 3D clothes using augmented reality technologies. This combination of fashion and digital technologies is made possible by virtual and augmented reality elements interaction with the fashion world. The main socio-cultural changes that have contributed to the emergence of digital fashion are related to digital technologies: digitalisation has changed the way we access entertainment and cultural content, diversified communication methods, accelerated the spread of ideas and provided new means of creativity and expression. As an unusual fusion of fashion and technology, digital fashion brings innovation and changes traditional notions of fashion, pushing the boundaries of creativity and stimulating development and further innovation. It opens up new opportunities for self-expression, education, communication, and an ecological and consumer culture formation, changing the general concept of clothing ownership. The digital clothing use is a fairly progressive area of fashion cultural practices that continues to develop actively, looking for new ways of embodiment and socio-cultural communication.

Keywords: digital fashion; culture; virtual clothing; socio-cultural changes; digital technologies; consumption



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293805

УДК 130.2:[140.319.8+792]:167-043.5

**КУЛЬТУРНА АНТРОПОЛОГІЯ ТА АНТРОПОЛОГІЧНИЙ ТЕАТР:
ВЗАЄМОДІЯ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ПОЛІВ****Кристіна Чорна***Кандидат мистецтвознавства, доцент,**Київський національний університет**культури і мистецтв,**Київ, Україна*

ORCID: 0000-0002-3664-7477

e-mail: chorna.k.v.1@gmail.com

Для цитування:

Чорна, К. (2023). Культурна антропологія та антропологічний театр: взаємодія дослідницьких полів. *Питання культурології*, 42, 316–327. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293805>

Мета статті — проаналізувати взаємодію дослідницьких полів культурної антропології та антропологічного театру як важливого методологічного підходу, що заохочує театрознавців та акторів-практиків звернутися до культурологічного інструментарію у своїй творчій роботі, а культурологів стимулює розвивати методологічні студії. *Результати дослідження*. Одним із перспективних напрямів сучасних досліджень є міждисциплінарні проєкти в соціально-гуманітарному знанні, серед яких — конвергенція культурної антропології та антропологічного театру, що збагачує гуманітаристику новими підходами, термінологією, відкриває нові й не менш цікаві напрями досліджень. *Наукова новизна* дослідження полягає в тому, що вперше в українській культурології розглянуто проблему взаємодії полів культурної антропології та антропологічного театру як важливий методологічний підхід, що є внеском у розвиток наукового інструментарію культурології і театрознавства. *Висновки*. Артикульовано основні «точки дотику» театру та антропології на базі підходу Р. Шехнера: трансформація буття та/або свідомості, інтенсивність вистави (перформансу), інтеракція аудиторії та виконавця (перформера), перебіг подій у виставі (від початку до завершення), трансмісія знань про виставу та генерування й оцінювання перформансів. Доведено, що Є. Гротовський та П. Брук, найвідоміші представники антропології театру другої половини ХХ – початку ХХІ ст., використали ідеї провідних культурних антропологів (В. Тернер, А. ван Геннеп, М. Еліаде, Б. Малиновський, К. Леві-Строс та ін.) у своїх теоретичних дослідженнях і практичних експериментах, серед яких концепти тіла та ритуалу як перформативного дійства, взаємодія театральної та ритуальної естетик, «обряди переходу» та «лімінальні стани», інкорпоровані в театральне дійство, ритуально-сакральні функції театральних об'єктів, колективне позасвідоме в контексті проблеми глядача, «техніки екстазу» та ін.

Ключові слова: культурна антропологія; антропологічний театр; Є. Ґротовський; П. Брук; перформанс; ритуал; театральна вистава

Вступ

Міждисциплінарна взаємодія відіграє важливу роль у розвитку соціогуманітарного дискурсу. З другої половини минулого століття, коли стався справжній когнітивний прорив у таких «пограничних» (трансдисциплінарних) галузях, як економічна та політична психологія й соціологія, соціокультурні дослідження, економіка права, культурна антропологія та ін., з кожним роком і десятиліттям співпраця між різними дисциплінами лише поглиблювалася. Нині не лише престижно, але й ефективно використовувати конвергенцію підходів у науковій роботі, щоб досягти максимального наукового результату. Водночас учені намагаються дослідити особливості цієї конвергенції та розкрити внутрішні взаємозв'язки між галузями, щоб зрозуміти механізм їхньої співпраці. Враховуючи специфіку власної роботи, яка пов'язана з практичними аспектами театрального мистецтва та акторської майстерності, хотілося б приділити увагу в статті такому малодослідженому питанню, як взаємозв'язок антропологічного театру та культурної антропології, наголосивши на важливих «точках перетину» культурних змістів і концептів з театраль-но-пластичними перформативними практиками.

Аналіз попередніх досліджень

Тема взаємодії театру та культурної антропології була й залишається у фокусі уваги різних груп інтелектуалів-гуманітаріїв і дослідників. Зазначимо праці Р. Шехнера (Schechner, 1985), Е. Барби та Н. Савареze (1991), К. Б. Бальми (Balme, 1994), Й. Фабіана (Fabian, 1999), В. О. Бімана (Veeman, 1993), Дж. Доусі (Dawsey, 2006) та ін. Ф. Кором (Kohon, 2013) є укладачем структурованої компіляції опублікованих есе «Антропологія перформансу: хрестоматія», що розкриває особливості антропологічного підходу до різних перформативних практик. Він представив і впорядкував класичні тексти разом із останніми публікаціями, встановив зв'язки між різними дисциплінами, включаючи театрознавство, класику та політологію. У 2015 р. опублікована колективна праця «Антропологія, театр і розвиток. Трансформаційний потенціал перформансу» за редакцією А. Флінна та Дж. Тініуса (Flynn & Tinius, 2015). Вона об'єднала розвідки групи дослідників, де на окрему увагу заслуговує розділ «Театр як етнографічний метод: етнографія як театральна практика», представлений дослідженнями Н. Дж. Лонга та К. Ґатт. Кр. Джордано та Г. П'єротті у статті «Зловитися: співпраця на сцені та поза сценою між театром і антропологією» намагаються відповісти на важливі питання: яким чином етнограф продовжує перебувати під впливом світів після того, як він полишив поле і як театральному художнику вдається створювати з емпіричного матеріалу світи, що не просто транслюють драматургічний наратив у документальному стилі, а й передають емоційний досвід? Автори наголошують, що афект-театр є тим простором мислення та дії, який можна використати під час відповіді на ці питання (Giordano & Pierotti, 2020). Це далеко не повний перелік робіт зарубіжних дослідників, які порушують і розглядають проблему міждисциплінарної співпраці антропології та театраль-

ного мистецтва. Згадані роботи лише підкреслюють системний і сталий інтерес до цієї проблеми в західній гуманітаристиці.

В українському академічному дискурсі поки що відсутні ґрунтовні роботи, присвячені методологічним аспектам конвергенції театральної та культурної антропологій. Слід констатувати спорадичний інтерес серед культурологів і мистецтвознавців до вивчення окресленої проблеми (Фруктова, 2009; Ніколаєва, 2017; Баласанян, 2020), що визначає актуальність дослідження.

■ **Мета статті**

Метою статті є спроба аналізу взаємодії дослідницьких полів культурної антропології і антропологічного театру як важливого методологічного підходу, що, з одного боку, заохочує театрознавців та акторів-практиків звернутися до культурологічного інструментарію, використавши його у своїй роботі, з іншого — стимулює культурологів продовжувати розвивати методологічні студії.

■ **Результати дослідження**

Антропологія як ідея, практика, епістемологія («інших» культур) виникла як інструмент капіталістично-колоніальної експансії та агресивного християнського місіонерства. Колоніальні держави та корпорації мали «пізнати» «тубільців», перш ніж експлуатували їх; і церкви хотіли розширити зону впливу своєї віри, щоб, звісно ж, врятувати душі, але більш вірогідно для перетворення населення з «чужого» (*verfremdung*, у розумінні Брехта) на «знайоме» та близьке, бо інакше ним неможливо керувати. Це не означає, що не було доброзичливих антропологів, прихильних до тих, кого вони вивчали, сповнених рішучості «поліпшити» їхні стандарти життя тощо.

Наявні точки перетину театру та антропології. Перформанс — це широкий спектр дій, що не обмежується сценічним мистецтвом, варіюється від світських і сакральних ритуалів, ігор та інших видів мистецтва, політики, спорту, розваг, медицини, уряду та діяльності в повсякденному житті. Як шаманство, маркетинг, правління, конкуренція, зцілення та репрезентація себе в суспільстві є проявами того самого процесу? Що це за процес? Відповідаючи на це питання, Р. Шехнер (Schechner, 2020) говорить про уяву, здатність прикидатися, бути собою та іншими водночас, існувати тут і водночас в різних модусах: де завгодно, коли завгодно та ким завгодно (р. 21).

У дослідженні «Між театром і антропологією» Р. Шехнер (Schechner, 1985) вказував на шість «точок дотику», які пов'язували ці галузі:

1. Трансформація буття та/або свідомості.
2. Інтенсивність вистави (перформансу).
3. Взаємодія аудиторії та виконавця (перформера).
4. Перебіг подій у виставі: від початку до завершення.
5. Трансмісія знань про виставу.
6. Як генеруються та оцінюються перформанси.

Ці точки перетину є ареною людської уяви, де теоретики та практики мистецтва та антропології об'єднуються навколо спільних проблем. З огляду на це антропологія не є наукою кількісного обчислення, а нагадує творче «мисте-

цтво», образне мислення, що генерує та вивчає свої об'єкти дослідження, а також, згадуючи К. Гірца (Geertz, 1972), усвідомлює та приймає всі ризики.

У своєму есе 2020 р. Р. Шехнер до вищезгаданих точок, які навіть з появою великих даних та алгоритмічних «рішень» залишаються актуальними, додає ще три: втілення/здійснення (критика класичної «об'єктивної» науки та єдність почуття, мислення та дії), перформативні засади та джерела людської культури (біологія, поведінка чи культурні атрибути окремо не увиразнюють людину, а їх злиття та складність синтезу утворюють «перформативність», що забезпечує гру поведінки) та мозок як простір/місце для перформансу. Що спільного між трансовими перформансами, катарсисом та емпатією, техніками емоційного навчання та дзеркальними нейронами? Наскільки мозок можна «налаштувати» за допомогою ритму, музики, танцю та пісні? Ці ідеї досліджував В. Тернер (Turner, 1983) у праці «Тіло, мозок і культура».

Результати досліджень В. Тернера та інших культурних антропологів, зокрема А. ван Геннепа, М. Еліаде, Б. Малиновського та К. Леві-Строса, були імплементовані у спектаклях, паратеатральних дослідях та акціях польського режисера-експериментатора Єжи Гротовського (1933–1999) і колективів сучасного антропологічного театру, які продовжили його пошуки кінця ХХ ст. В основі театральних-ритуальних моделей сучасного польського антропологічного театру, що реактуалізовані Ж.-М. Прадье, К. Вульфом і Д. Косинським, знаходяться два важливі концепти культурно-антропологічного дискурсу — тіло та ритуал. Щодо тіла, то йдеться не про біомеханіку, а про матеріал, згенерований соціокультурними практиками (Wulf, 2004). Під «ритуалом» Ж.-М. Прадье (Pradier, 2008) розуміє організовані перформативні дії, ефективність яких залежить від важливих у житті окремих людей та спільнот процедур, а не від каузальних психосоматичних зв'язків.

Шотландський етнограф та антрополог В. Тернер (Turner, 1979), який довгий час займався польовими дослідженнями в Африці, розробив теорію функціонування символів і міфів у ритуальних церемоніях, трактуючи ритуал як символізацію слів, жестів та об'єктів в спеціально підготовленому місці з метою впливу на надприродні сили чи істоти у власних цілях. Ритуал — це не догматика, а перформанс. Звісно ж, правила потрібні в ритуалі, як річкам береги, проте без річки вони означають посуху, а тому ритуал постає радше симфонією різноманітних перформативних жанрів (танець, спів, жести, театральні елементи). За умов певної регламентації поведінки учасників він сповнюється гри та імпровізації (р. 469), «інфікуючи» учасників радістю та експресією. На сторінках його праці «Театр і ритуал», в якій вперше розглянуто проблему взаємодії театральної та ритуальної естетик, неодноразово згадується ім'я Є. Гротовського. Так, він звертається до його робіт 1977 р., порівнює концепт «Глобального села» з чимось таким, що нагадує дослідницький університет, проводить паралель між основними фазами «паратеатральних експериментів» та обрядами ініціації у Центральній Африці (Turner, 1982, р. 117), і у такий спосіб наділяє проби Є. Гротовського значенням, близьким до базових методів культурної антропології.

В. Тернер також розвиває ідеї французького фольклориста А. ван Геннепа, який дотримувався думки, що етнографія повинна допомагати розповідати про

духовний світ людини. У своєму творі «Обряди переходу» (1909), на відміну від британської антропологічної школи, вчений звертає увагу не на зміст обрядів, а на їхню структуру, враховуючи послідовність церемоній, і водночас зазначає, що основна помилка інших дослідників полягає в тому, що вони розглядають кожен обряд ізольовано та не завжди силкуються розкрити приховані складні зв'язки між фізичним життям людини у світі та внутрішніми процесами, які пов'язують її з сакральним. Виділені А. ван Геннепом «обряди переходу» та «лімінальні стани» є важливими елементами практики антропологічного театру (Turner, 1982), адже вони пов'язані, по-перше, з фігурою чужинця, а, по-друге, зі структурами соціокультурних відносин. Дихотомія «свій–чужий» та до кінця незрозумілий характер переходу інкорпуються в процес театрального-ритуальної дії, де актор, який знає правила, є «своїм», а глядач, що прийшов зовні і не знає до кінця всіх правил гри, завжди буде до певної міри «чужим». Невизначеність стану переходу полягає в тому, що під час участі у виставі глядач є і реципієнтом, і творцем, тобто тут прихована глибока діалектика роз'єднання та возз'єднання, що змінює форму взаємної участі та трансформує стан учасників (Abeliovich, 2018).

Обряди переходу (вагітність, народження, ініціація, весілля, поховання та ін.), тобто обряди вмирання в минулому світі та воскресіння в новому, становлять основу філософії жертви та героя, що простежується на всіх етапах роботи Є. Гротовського: від образу смерті Фернандо у виставі «Стійкий принц» (1965) за текстом П. Кальдерона — Ю. Словацького до фінальної акції «Залишилося одне зітхання» (1997), в якій глядач стає свідком останніх хвилин життя літньої жінки. Постійні переміщення акторів антропологічного театру з сакрального хронотопу до профанного, гра власними відчуттями та сприйняттям так, ніби людина робить певне коло у своєму житті, створюють ефект «повного оберту» (Wójcik, 2019), який використаний в експериментальній роботі та драматичних постановках колективів.

Доповнивши геннепові фази ритуалу (поділ, маргіналізація та агрегація), В. Тернер довів тісний зв'язок театру та ритуалу на прикладі такого циклу: 1) відсторонення від повсякденного життя; 2) перетин порогу або «лімінальний стан»; 3) міметичне обігравання (mimetic enactment) деяких етапів кризи, що породили відхилення; 4) повернення до повсякденного життя. Саме третій етап наближає дійство до природи театрального мистецтва, адже йдеться про простір чи середовище, в якому людина «проживає» дуже напружені, складні та суперечливі ситуації. Основою ритуалу є соціальні колізії та контроверзи, які становлять структуру театральної вистави. Вони доповнюються під час спектаклю чи дослідницької роботи завдяки використанню елементів костюма та реквізиту, де не обійшлося без впливу функціоналізму Б. Малиновського. У практиках антропологічного театру — це елементи свідомої драматизації дії та «церемонії ініціації», що сакралізують традиції та ніби «долучають людину до Провидіння». Так, звернення до ритуальних функцій об'єктів позбавляє їх профанності, як-от у виставі Є. Гротовського «Дзяди» (1961) за поемою А. Міцкевича, коли у процесі створення партитури ролі та під час самої вистави актори працювали з автентичними предметами побуту та одягом, що містили пам'ять минулого, отже,

позбавляли антропологічний театр утилітарності: одяг, що нагадував інвентар шаманських практик, був не ілюзією, а поводитирем у «світ предків».

Близькими до антропологічного театру є ідеї французького антрополога К. Леві-Строса про те, що знаки не створюються, а віднаходяться, про зближення чуттєвого та раціонального начал та втрату їхньої єдності, дослідження будь-якого явища як чогось цілісного в контексті варіативності культури та у зв'язку з процесами, що відбуваються в суспільстві, про те, що глядач є співучасником дійства та частиною структурних відносин, а також спроби вивести етнологію та антропологію на новий рівень і це прямо пов'язано з позасвідомим характером колективних явищ. Звідси цікавість Є. Гротовського до практики бінарних опозицій К. Леві-Строса (Lavy, 2005). Так само, як і до терміна румунського дослідника міфології та релігієзнавця М. Еліаде «техніки екстазу». Оскільки міф має бути прожитий, протанцьований і проспіваний тими, хто є частиною цього ритуально-театрального дійства у нерозривному зв'язку його елементів, через те представники антропологічної театральної традиції не прагнуть реконструкції ритуально-театральних форм. Відносини між ритуальною формою та сучасними виконавцями виходять на інший рівень реактуалізації: елементи фольклору, ритуальний спів, сюжети для постановок тощо покликані наблизити актора до ролі шамана, що відроджує традицію минулого в сучасному театрально-ритуальному просторі. Йдеться не про копіювання форми, а про розкриття її автентичних принципів, функцій, законів, що дасть змогу, керуючись структурною матрицею К. Леві-Строса, виявити схожі риси замкнутої системи понять і символів з їх сучасним розумінням. Виникає ефект, коли в межах театрально-ритуальних практик сакральні символи «присвоюються» актором на рівні людського тіла, а глядачем — на рівні колективного позасвідомого (Karbelnig, 2020).

Представником антропологічного театру також є англійський режисер Пітер Брук (1925–2022), який спільно з М. Розан у 1971 р. заснував Міжнародний центр театрально-досліджень (International Centre for Theatre Research) — багатонаціональну компанію акторів, хореографів, музикантів, яка на початку 1970-х рр. багато подорожувала Близьким Сходом та Африкою (Kustow, 2005). Він надихався ідеями нової театральної проблематики і поетики з вулиці, підкріпленої теоріями М. Еліаде та К. Леві-Строса, дотримувався бачення, що театр має зберігати тісний зв'язок з реальністю, відображати актуальні процеси та проблеми в сучасному соціумі. Йдеться про «травму раси» в європейській культурній ідеології 1970-х рр.: европоцентризм більше не відображає соціум з його тенденціями, тому вистава доступна всім, не тільки зал, а й сцена чекає на людей з різних куточків світу. Театр стає дзеркалом «багатоетнічної» картини нової Європи, так народжується ідея спочатку експериментальної трупи, в якій на рівних працюють 17 національностей, а згодом розпочинаються подорожі, що зрештою актуалізують основні складники театру.

Працюючи з багатонаціональною групою, П. Брук особливо гостро відчуває проблему культурного тіла та проголошує виклик — відмову від національної ідентичності. Йдеться не про конструювання ідеального соматичного базису актора, а про спроби відсторонитися від своєї культури та її стереотипів (Brook, 1988). У межах авторської системи підготовки акторського тіла він, по-перше,

сприймає фізичні навички як механічний набір знаків, намагається досягти стану гнучкості та чуйності в тілі, що вивільняє емоції, а, по-друге, розпочинає роботу зі звуком, що корелюється з його спробами розкрити сенси у позавербальний спосіб, відмовитися від раціонального підходу та виробити синкретичну модель акторської майстерності, що здатна відобразити природну тілесність, де рух, спів і слово є одним цілим (Brook, 2019). У цьому йому допомагала робота з давньогрецькими текстами, гімнами богам і віршованими партитурами трагедій, що становили основу спеціальних тренінгів у сучасному польському антропологічному театрі.

Поряд з формуванням індивідуального акторського досвіду П. Брука цікавить і проблема універсальної природи театральної вистави. Іншими словами, він прагне розкрити не просто складники нової комунікативної моделі, а театральну форму, яка б не була детермінована конкретним місцем та обставинами. Задля цього англійський режисер спочатку працює з соматикою актора, «вириваючи» його з інтелектуальних «лещат» структури дії, та закликає до відкритої імпровізації. Саме в контексті такого підходу варто сприймати польові досліді П. Брука в Африці, спрямовані на виявлення базових принципів впливу на глядача, що мають «перезавантажити» концепт театральності та уможливають нові форми співучасті. Під час практичних дослідів режисер зі своїми акторами виявляють три складники, спільні для ритуалу та театру — спеціальний простір, звук і предмет «нульового рівня розуміння» (термін Ж. Баню, яким він позначає роботу з інвентарем під час імпровізації, коли матеріальний предмет переходить у світ перформансу і стає атрибутом архетипічного змісту) як елементи «загальної тотемічної системи» (К. Леві-Строс). Власне, вони й становлять основу театральної моделі як нової комунікативної системи, позбавленої національних обмежень (Mitchell, 1990; Meyer-Dinkgräfe, 2005).

■ Висновки

Отже, антропологічний театр як перспективний напрям сучасного перформативного мистецтва тісно пов'язаний з культурною антропологією. Конвергенція театру та антропології здійснюється на основі «точок дотику»: трансформація буття та/або свідомості, інтенсивність вистави (перформансу), інтеракція аудиторії та виконавця (перформера), перебіг подій у виставі (від початку до завершення), трансмісія знань про виставу і генерування та оцінювання перформансів. Розвиток антропологічних ідей у театрі прямо пов'язаний з впливом на нього культурно-антропологічних досліджень провідних вчених свого часу (В. Тернер, А. ван Геннеп, М. Еліаде, Б. Малиновський, К. Леві-Строс та ін.). Є. Гротовський та П. Брук, найвідоміші представники антропології театру другої половини ХХ – початку ХХІ ст., використали ідеї культурних антропологів у своїх теоретичних дослідженнях і практичних експериментах, серед яких концепти тіла та ритуалу як перформативного дійства, взаємодія театральної та ритуальної естетик, «обряди переходу» та «лімінальні стани», інкорпоровані у театральне дійство, ритуально-сакральні функції театральних об'єктів, колективне позасвідоме в контексті проблеми глядача, «техніки екстазу» та ін. Зворотний ефект цієї конвергенції у тому, що культурна антропологія перестає сприйма-

тися як наука, що займається кількісними обліками на основі польових спостережень, а більше тяжіє до творчого «мистецтва» та образного мислення, що генерує та вивчає свої об'єкти дослідження.

З-поміж перспективних напрямів подальших досліджень можна виділити порівняльний аналіз експериментів і творчих підходів Є. Гротовського та П. Брука, поглиблене вивчення другого етапу розвитку антропологічних ідей у театрі, що пов'язаний з поняттям «театральна антропологія», розгляд практичних підходів і термінології, запропонованих вченими та практиками антропології театру та театральної антропології, що зберігають актуальність у сучасному мистецтві та культурі.

■ Список посилань

- Баласанян, Н. І. (2020). Театр як антропологічна модель «дзеркала життя» та виховна стратегія гри у філософії Ф. Шиллера. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки»*, 62, 26–35. <https://doi.org/10.26565/2306-6687-2020-62-04>
- Ніколаєва, Г. О. (2017). Культурна антропологія та методика усної історії у контексті сучасного театрознавства (на прикладі артикуляції одеського міського міфу в творчій діяльності Одеського театру музичної комедії ім. М. Водяного). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 164–167.
- Фруктова, Т. С. (2009). Антропологічний поворот ігрової концепції театру Єжи Гротовського: естетика нової чуттєвості. *Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури*, 88, 9–14.
- Abeliovich, R. (2018). Reconsidering Arnold Van Gennep's Les rites de passage from the perspective of 'Performance Studies'. *Journal of Classical Sociology*, 18(4), 283–298. <https://doi.org/10.1177/1468795X18789013>
- Balme, C. (1994). Cultural anthropology and theatre historiography: notes on a methodological rapprochement. *Theatre Survey*, 35(1), 33–52. <https://doi.org/10.1017/S0040557400002544>
- Barba, E., & Savarese, N. (1991). *A dictionary of theatre anthropology: the secret art of the performer*. Routledge.
- Beeman, W. O. (1993). The anthropology of theater and spectacle. *Annual Review of Anthropology*, 22(1), 369–393.
- Brook, P. (1988). *The shifting point: forty years of theatrical exploration, 1946-87*. Methuen Drama.
- Brook, P. (2019). *Playing by ear reflections on sound and music*. Nick Hern Books.
- Dawsey, C. J. (2006). Theater of "bóias-frias": rethinking anthropology of performance. *Horizontes Antropológicos*, 2. http://socialsciences.scielo.org/pdf/s_ha/v2nse/scs_a05.pdf
- Fabian, J. (1999). Theater and anthropology, theatricality and culture. *Research in African Literatures*, 30(4), 24–31. <http://www.jstor.org/stable/3820750>
- Flynn, A., & Tinius, J. (Eds.). (2015). *Anthropology, theatre, and development: the transformative potential of performance*. Palgrave Macmillan.
- Geertz, C. (1972). Deep play: notes on the balinese cockfight. *Daedalus*, 101(1), 1–37. <http://www.jstor.org/stable/20024056>

- Giordano, C., & Pierotti, G. (2020). Getting caught: a collaboration on- and offstage between theatre and anthropology. *TDR/The Drama Review*, 64 (1 (245)), 88–106. https://doi.org/10.1162/dram_a_00897
- Karbelnig, A. M. (2020). The theater of the unconscious mind. *Psychoanalytic Psychology*, 37(4), 273–281. <https://doi.org/10.1037/pap0000251>
- Korom, F. J. (Ed.). (2013). *The anthropology of performance: a reader*. Wiley-Blackwell.
- Kustow, M. (2005). *Peter Brook: a biography*. St. Martin's Press.
- Lavy, J. (2005). Theoretical Foundations of Grotowski's Total Act, Via Negativa, and Conjunctio Oppositorum. *The Journal of Religion and Theatre*, 4(2), 175–188. <https://cdn.ymaws.com/www.athe.org/resource/resmgr/imported/lavy.pdf>
- Meyer-Dinkgräfe, D. (2005). *Theatre and consciousness: explanatory scope and future potential*. Intellect.
- Mitchell, S. (1990). The Theatre of Peter Brook as a Model for Dramatherapy. *Dramatherapy*, 13(1), 13–17. <https://doi.org/10.1080/02630672.1990.9689789>
- Pradier, J.-M. (2008). Flesh is Spirit: ritual or the problem of action. In B. Holm, B. F. Nielsen, & K. A. Vedel (Eds.). *Religion, Ritual, Theatre* [Conference proceedings] (pp. 205–228). Peter Lang.
- Schechner, R. (1985). *Between theater and anthropology*. University of Pennsylvania Press.
- Schechner, R. (2020). Points of contact between anthropology and theatre, Again. In P. R. Frese, & S. Brownell (Eds.). *Experiential and performative anthropology in the classroom: engaging the legacy of edith and Victor Turner* (pp. 21–37). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-41995-0_2
- Turner, V. (1979). Frame, flow and reflection: ritual and drama as public liminality. *Japanese Journal of Religious Studies*, 6(4), 465–499. <https://doi.org/10.18874/jjrs.6.4.1979.465-499>
- Turner, V. (1982). *From ritual to theatre: the human seriousness of play*. PAJ Publications.
- Turner, V. (1983). Body, brain, and culture. *Zygon: Journal of Religion & Science*, 18(3), 221–245. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9744.1983.tb00512.x>
- Wójcik, M. (Ed.). (2019). To, co w nas ciemne, ulega prześwieteniu. Pierwsze piętnaście lat Teatru Chorea. In *Encyklopedia teatru polskiego*. Stowarzyszenie Teatralne Chorea. <https://encyklopediateatru.pl/ksiazka/775/to-co-w-nas-ciemne-ulega-przeswieteniu-pierwsze-pietnascie-lat-teatru-chorea>
- Wulf, C. (2004). *Anthropologie: Geschichte, Kultur, Philosophie*. Rowohlt Verlag.

References

- Abelovich, R. (2018). Reconsidering Arnold Van Gennep's Les rites de passage from the perspective of 'Performance Studies'. *Journal of Classical Sociology*, 18(4), 283–298. <https://doi.org/10.1177/1468795X18789013> [in English].
- Balasanian, N. I. (2020). Teatr yak antropolohichna model "dzerkala zhyttia" ta vykhovna stratehiia hry u filosofii F. Shyllera [Theater as anthropological model of "mirror of life" and educational strategy of game in F. Schiller's philosophy]. *The Journal of V.N.Karazin Kharkiv National University. Series: Theory of Culture and Philosophy of Science*, 62, 26–35. <https://doi.org/10.26565/2306-6687-2020-62-04> [in Ukrainian].

- Balme, C. (1994). Cultural anthropology and theatre historiography: notes on a methodological rapprochement. *Theatre Survey*, 35(1), 33–52. <https://doi.org/10.1017/S0040557400002544> [in English].
- Barba, E., & Savarese, N. (1991). *A dictionary of theatre anthropology: the secret art of the performer*. Routledge [in English].
- Beeman, W. O. (1993). The anthropology of theater and spectacle. *Annual Review of Anthropology*, 22(1), 369–393 [in English].
- Brook, P. (1988). *The shifting point: forty years of theatrical exploration, 1946-87*. Methuen Drama [in English].
- Brook, P. (2019). *Playing by ear reflections on sound and music*. Nick Hern Books [in English].
- Dawsey, C. J. (2006). Theater of "bóias-frias": rethinking anthropology of performance. *Horizontes Antropológicos*, 2. http://socialsciences.scielo.org/pdf/s_ha/v2nse/scs_a05.pdf [in English].
- Fabian, J. (1999). Theater and anthropology, theatricality and culture. *Research in African Literatures*, 30(4), 24–31. <http://www.jstor.org/stable/3820750> [in English].
- Flynn, A., & Tinius, J. (Eds.). (2015). *Anthropology, theatre, and development: the transformative potential of performance*. Palgrave Macmillan [in English].
- Fruktova, T. S. (2009). Antropohichnyi povorot ihrovoi kontseptsii teatru Yezhy Hrotovskoho: estetyka novoi chuttievosti [Anthropological rotation of playing theatre concept: the new sensitivity of Jerzy Grotowski's theatre]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Teoriia ta istoriia kultury*, 88, 9–14 [in Ukrainian].
- Geertz, C. (1972). Deep play: notes on the balinese cockfight. *Daedalus*, 101(1), 1–37. <http://www.jstor.org/stable/20024056> [in English].
- Giordano, C., & Pierotti, G. (2020). Getting caught: a collaboration on- and offstage between theatre and anthropology. *TDR/The Drama Review*, 64(1(245)), 88–106. https://doi.org/10.1162/dram_a_00897 [in English].
- Karbelnig, A. M. (2020). The theater of the unconscious mind. *Psychoanalytic Psychology*, 37(4), 273–281. <https://doi.org/10.1037/pap0000251> [in English].
- Korom, F. J. (Ed.). (2013). *The anthropology of performance: a reader*. Wiley-Blackwell [in English].
- Kustow, M. (2005). *Peter Brook: a biography*. St. Martin's Press [in English].
- Lavy, J. (2005). Theoretical Foundations of Grotowski's Total Act, Via Negativa, and Coniunctio Oppositorum. *The Journal of Religion and Theatre*, 4(2), 175–188. <https://cdn.ymaws.com/www.athe.org/resource/resmgr/imported/lavy.pdf> [in English].
- Meyer-Dinkgräfe, D. (2005). *Theatre and consciousness: explanatory scope and future potential*. Intellect [in English].
- Mitchell, S. (1990). The Theatre of Peter Brook as a Model for Dramatherapy. *Dramatherapy*, 13(1), 13–17. <https://doi.org/10.1080/02630672.1990.9689789> [in English].
- Nikolaieva, H. O. (2017). Kulturna antropohiia ta metodyka usnoi istorii u konteksti suchasnoho teatroznavstva (na prykladi artykuliatsii odeskoho miskoho mifu v tvorchii diialnosti Odeskoho teatru muzychnoi komedii im. M. Vodianoho) [Cultural anthropology and "oral history" method in the context of the contemporary theater studies (through the example of articulation of Odessa city myth in the creativity of Musical Comedy Theatre named after M. Vodyanoy)]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 164–167 [in Ukrainian].

- Pradier, J.-M. (2008). Flesh is spirit: ritual or the problem of action. In B. Holm, B. F. Nielsen, & K. A. Vedel (Eds.), *Religion, Ritual, Theatre* [Conference proceedings] (pp. 205–228). Peter Lang [in English].
- Schechner, R. (1985). *Between Theater and Anthropology*. University of Pennsylvania Press [in English].
- Schechner, R. (2020). Points of contact between anthropology and theatre, Again. In P. R. Frese, & S. Brownell (Eds.), *Experiential and performative anthropology in the classroom: engaging the legacy of edith and Victor Turner* (pp. 21–37). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-41995-0_2 [in English].
- Turner, V. (1979). Frame, flow and reflection: ritual and drama as public liminality. *Japanese Journal of Religious Studies*, 6(4), 465–499. <https://doi.org/10.18874/jjrs.6.4.1979.465-499> [in English].
- Turner, V. (1982). *From ritual to theatre: the human seriousness of play*. PAJ Publications [in English].
- Turner, V. (1983). Body, brain, and culture. *Zygon: Journal of Religion & Science*, 18(3), 221–245. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9744.1983.tb00512.x> [in English].
- Wójcik, M. (Ed.). (2019). To, co w nas ciemne, ulega prześwietleniu. Pierwsze piętnaście lat Teatru Chorea. In *Encyklopedia teatru polskiego*. Stowarzyszenie Teatralne Chorea. <https://encyklopediateatru.pl/ksiazka/775/to-co-w-nas-ciemne-ulega-przeswieteniu-pierwsze-pietnascie-lat-teatru-chorea> [in Polish].
- Wulf, C. (2004). *Anthropologie: Geschichte, Kultur, Philosophie*. Rowohlt Verlag [in German].

■ CULTURAL ANTHROPOLOGY AND ANTHROPOLOGICAL THEATRE: RESEARCH FIELDS INTERACTION

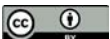
■ Krystina Chorna

■ *PhD in Art Studies, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-3664-7477
e-mail: chorna.k.v.1@gmail.com*

The aim of the article is to analyse the research fields interaction of cultural anthropology and anthropological theatre as a significant methodological approach that encourages theatre scholars and actors-practitioners to turn to cultural tools in their creative work and encourages cultural studies scholars to develop methodological studies. *Research results*. One of the most promising areas of contemporary research is interdisciplinary projects in social and humanitarian knowledge, including the convergence of cultural anthropology and anthropological theatre, which enriches the humanities with new approaches and terminology and opens up new and equally interesting research areas. *The scientific novelty* of the study lies in the fact that for the first time in Ukrainian cultural studies the problem of interaction between the fields of cultural anthropology and anthropological theatre is considered as an important methodological approach that contributes to the development of scientific tools of cultural studies and theatre studies.

Conclusions. The main “points of contact” of theatre and anthropology based on R. Schechner's approach are articulated: being and/or consciousness transformation, play (performance) intensity, the audience and the artist (performer) interaction, the course of events in the play (from the beginning to the end), transfer of knowledge about the play, and performances' generation and evaluation. It is proved that Jerzy Grotowski and Peter Brook, the most famous representatives of theatre anthropology in the second half of the twentieth and early twenty-first centuries, used the ideas of leading cultural anthropologists (W. Turner, A. van Gennep, M. Eliade, B. Malinowski, C. Lévi-Strauss, etc.) in their theoretical research and practical experiments, including the concepts of the body and ritual as a performative action, the interaction of theatrical and ritual aesthetics, “rites of passage” and “liminal states” incorporated into theatrical action, ritual and sacred functions of theatrical objects, the collective unconscious in the context of the viewer's problem, “ecstasy techniques” etc.

■ **Keywords:** cultural anthropology; anthropological theatre; J. Grotowski; P. Brook; performance; ritual; theatrical performance



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

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293806

УДК 004:316.7-056.26

**ЦИФРОВА ІНКЛЮЗІЯ В КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЯХ:
ЗНАЧЕННЯ, ПОТЕНЦІАЛ І МОЖЛИВОСТІ****Ірина Швець**

Асистент,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-3761-3332

e-mail: irynashvets82@gmail.com

Для цитування:

Швець, І. (2023). Цифрова інклюзія в культурних індустріях: значення, потенціал і можливості.

Питання культурології, 42, 328–337. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293806>

Мета статті — розкрити значення, потенціал і можливості цифрової інклюзії в культурних індустріях. Для досягнення поставленої мети було застосовано діалектичний метод, необхідний для здійснення культурологічних досліджень, а також загальнонаукові методи аналізу та синтезу. *Результати дослідження*. Акцентовано, що взаємозв'язок між цифровими технологіями, інноваціями та різноманітністю в культурних і креативних індустріях є вкрай важливою темою дослідження, зважаючи на значущість онлайн-каналів для залучення аудиторії у постпандемічний період і надалі. Зазначено, що однією з незаперечних переваг цифрових технологій є їхній потенціал щодо розширення інклюзивності у сфері культури і мистецтва через надання людям можливості насолоджуватися контентом і враженнями, до яких вони не можуть отримати безпосередній доступ. Наголошено, що культурні інституції мають орієнтуватися в рівні опанування цифрових технологій членами своєї громади, спільноти, цільової аудиторії тощо, бути обізнаними з інтересами, потребами та перешкодами на шляху залучення до культури та мистецтва онлайн, тобто бути інклюзивними усюди, де це потрібно. *Наукова новизна* одержаних результатів полягає в з'ясуванні значення (сприяння ширшому залученню людей з різним рівнем цифрових навичок до цифрових технологій), потенціалу (посилення залученості до сфери мистецтва та культури) та можливостей (максимізація соціальної користі від залучення до мистецтва та культури) цифрової інклюзії в культурних індустріях. *Висновки*. Підсумовано, що культурні інституції мають усвідомити, як цифрові послуги можуть використовуватися для сприяння однаковому доступу до мистецтва та культури, і взяти на себе стратегічне зобов'язання щодо впровадження інклюзивних цифрових технологій у свою діяльність.

Ключові слова: інклюзія; цифрові технології; інтернет; культурні індустрії; культурні інституції; мистецтво; культура

Вступ

Культурні та креативні індустрії, до яких заведено зараховувати мистецтво та ремесла, рекламу, дизайн, розваги, архітектуру, книги, медіа і навіть застосунки, є важливим чинником прискорення не просто соціокультурного розвитку, а поступу людства загалом. Вочевидь, культура є вагомим складником сталого розвитку та джерелом ідентичності, інновацій і творчості як для окремих індивідів, так і для спільнот, а також, володіючи значною немонетарною цінністю, вона сприяє інклюзивному і сталому соціальному зростанню, діалогу та взаєморозумінню між людьми. На цю обставину було звернено увагу ще у 2004 році в одному зі звітів Програми розвитку ООН, в якому наводяться аргументи на користь поваги до різноманітності та розбудови більш інклюзивних суспільств за допомогою політики, що визнає культурні відмінності та багатокультурні перспективи (Human Development Report, 2004). Утім ще тривалий час дисципліни STEM у більшості національних систем інновацій і відповідної інноваційної політики були (на жаль, й досі залишаються) панівними (Jaaniste, 2009).

Сьогодні креативні індустрії є однією з найбільш динамічних сфер світової економіки, що надає нові можливості країнам для швидкого переходу до галузей світової економіки, що розвиваються. За даними ЮНЕСКО, частка культури та творчості у світовому валовому внутрішньому продукті становить 3,1%, а частка усієї зайнятості — 6,2% (Portolés, 2022). Експорт товарів і послуг, які належать до сфери культури, збільшився вдвічі з 2005 року та досяг \$ 389,1 млрд у 2019 році (Portolés, 2022). Креативна економіка є одним із наймолодших і водночас найбільш уразливих секторів у світі через недооцінювання значення, ролі культури та незначні державні та приватні інвестиції у сталий розвиток: лише у 13% національних оглядів (Portolés, 2022) про стан реалізації «Порядку денного на період до 2030 року» (United Nations, 2015) визнають її внесок. Розвинені країни натомість лідирують у торгівлі культурними товарами та послугами — на їхню частку припадає 95% загального експорту культурних послуг (Portolés, 2022).

Пандемія COVID-19, з одного боку, призвела до того, що культурний і творчий сектори опинилися серед найбільш постраждалих (лише у 2020 році було втрачено понад 10 млн робочих місць) (Portolés, 2022), а також змусила усвідомити, що жодна країна самотужки не в змозі забезпечити захист і заохочення різноманітності на своїй території. З іншого боку, пандемія стала потужним каталізатором, який спонукав багато культурних інституцій і митців до активного використання можливостей цифрових технологій. Тож взаємозв'язок між цифровими технологіями, інноваціями та різноманітністю в культурних і креативних індустріях є вкрай важливою темою дослідження, зважаючи на значущість онлайн-каналів для залучення аудиторії у постпандемічний період і надалі. Адже цифрові технології впливають на творчий процес, пропонуючи користувачам/споживачам можливість стати набагато активнішими учасниками виробничого процесу, а також безліч способів розповсюдження та продажу творчого контенту, який можна диференціювати залежно від сегмента ринку чи навіть окремої людини.

■ Аналіз попередніх досліджень

Переважає більшість наукових робіт, присвячених інклюзії, підготовлена в межах педагогічних наук. Зокрема, теоретичні та практичні засади інклюзивної освіти викладено в монографічному дослідженні А. Колупаєвої та О. Таранченко (2016); роль інклюзивної культури в освітньому середовищі досліджували О. Мельничук та Н. Ярошук (2022). Серед розвідок культурологічного спрямування варто зазначити статтю Р. Мохнюка (2022), в якій узагальнено сучасні інклюзивні практики в контексті культуротворчого чинника розвитку громадянського суспільства, а також окреслено проблеми у цій царині. Зокрема, автор звертає увагу на необхідність «налагодження взаємозв'язку та синергії державних і недержавних інституцій в інклюзивному та безбар'єрному просторі»; «встановлення діалогу між учасниками інклюзивного процесу»; «використання іміджетворчих інструментів з метою популяризації інклюзії в інформаційному просторі України»; застосування кластерного підходу до організації інклюзивних проєктів (Мохнюк, 2022, с. 182–183). У статті Г. Лещук (2021) обґрунтована кореляція між інклюзивною комунікацією та інклюзивною культурою; «виокремлені базові принципи інклюзивної комунікації (рівноцінна важливість інформаційної та фізичної доступності послуг для людей з потребою підтримки комунікації; різноманітність видів підтримки комунікації, що потребує диференційованого та індивідуального підходу; двосторонній характер процесу комунікації; гнучкість інклюзивної комунікації; ефективність інклюзивної комунікації на основі охоплення якнайбільшої кількості людей з різними потребами підтримки комунікації; залежність результату від поступових, а не радикальних змін)» (с. 364). Кращі практики інклюзії в музеях схарактеризовані у праці М. Ясеновської та О. Зіненко (2020). Зокрема, автори вивчали такі питання, як: організаційна політика музеїв щодо інклюзивності; фізична доступність музеїв та експозицій; інформаційна доступність музеїв і програм; доступність контенту експозицій; інклюзивна компетентність персоналу музею; сталість інклюзивних процесів у музейних просторах. Отже, попри висвітлення окремих питань інклюзії в межах культурології, значення, потенціал і можливості цифрової інклюзії в культурних індустріях залишаються чітко не з'ясованими.

■ Мета статті

Мета статті — розкрити значення, потенціал і можливості цифрової інклюзії в культурних індустріях.

■ Результати дослідження

Однією з незаперечних переваг цифрових технологій є їхній потенціал щодо розширення інклюзивності у сфері культури і мистецтва через надання людям можливості насолоджуватися контентом і враженнями, до яких вони не можуть отримати безпосередній доступ. Наприклад, надання цифрових послуг потенційно може зменшити так звану географічну нерівність у наданні послуг; знизити вартість участі для людей, які перебувають у фінансово вразливому становищі; надати «безпечний простір» для людей, яким не вистачає впевненості у тому, щоб займатися мистецтвом та брати участь у культурних заходах. Надання циф-

рових послуг також може підвищити соціальну користь від мистецтва та культури для здоров'я і добробуту суспільства, натомість люди, які найбільше цього потребують, якраз обмежені у цьому. Наприклад, людині з обмеженими можливостями може бути важко безпосередньо брати участь у яких-небудь заходах через відсутність доступу до місця проведення, або людина із психічним захворюванням може почуватися некомфортно в оточенні багатьох людей. Тож надання цифрових послуг дає змогу розширити користь від мистецтва та культури. Однак, попри ці потенційні й очевидні переваги, використання цифрових технологій у секторі культури та мистецтва також може посилити нерівність: у багатьох країнах світу, і навіть розвинутих, спостерігається цифровий розрив між тими, хто не має доступу, навичок, мотивації чи впевненості у доступі до інтернету («цифрові виключені»), і тими, хто має («цифрові включені») (Yates et al., 2020). Однією з причин такої ситуації є те, що інклюзивні цифрові технології не повністю впроваджені у всьому секторі та можуть посилювати цифровий розрив. Наприклад, 33% мешканців Великої Британії протягом перших шести місяців пандемії дивилися виставу або захід онлайн, 15% здійснювали віртуальний тур, 15% переглядали культурні колекції чи архіви, 9% брали участь в інтерактивних заходах (The Audience Agency, 2020). З високою мірою вірогідності можна стверджувати, що ці ж люди були активно залучені до мистецтва та культури і до COVID-19.

Результати опитування населення міста Києва під час COVID-19 у 2020 році свідчать, що карантин вплинув на киян неоднозначно: 66% відповіли, що почали більше читати, 30% — дивитися кіно або серіали. Водночас лише 4% серед опитаних киян відвідували онлайн музеї та виставки; 3% респондентів переглядали онлайн-вистави (театральні, циркові та ін.); 4% — дивилися онлайн-концерти; 13% опитаних почали частіше спілкуватися з друзями телефоном чи онлайн; 11% — більше часу проводили у соцмережах (рис. 1).

Розподіл відповідей на питання: «Як змінилися ваші культурні практики та дозволля ЗА ЧАС КАРАНТИНУ?»



Рис. 1. Результати опитування населення міста Києва (2020 р.)

Джерело: (Чупрій & Настояща, 2020, с. 59).

Отже, вкрай важливо забезпечити такий підхід, щоб використання цифрових технологій у секторі культури та мистецтва не посилювало цифровий розрив. Наразі багато культурних інституцій у всьому світі надають високоякісний, інклюзивний цифровий досвід, розроблений з урахуванням цифрового розриву, створюючи онлайн-контент, однаково доступний і який збагачує всіх учасників, незалежно від їхнього рівня цифрового доступу, навичок чи цифрової мотивації/ впевненості у собі. Ознайомлюючи людей із цифровими технологіями, культурні інституції також відіграють важливу роль у забезпеченні того, щоб перший онлайн-досвід людини з мистецтвом і культурою був позитивним, адже саме він може сформувати сприйняття людиною цифрових технологій загалом. У широкому контексті культурні інституції відповідальні за надання цифрових послуг такої якості, щоб вони були «цифровими» за замовчуванням (Heselerwood & Pritchard, 2019), а це означає, що надання цифрових послуг має бути однаково доступне та корисне для всіх, незалежно від рівня опанування цифрових технологій.

Залученню аудиторії/учасників до культурного процесу онлайн може стати на заваді їхня «відсутність» в інтернеті, через що вони не знатимуть про події, про які повідомляється лише онлайн. Або якщо споживач користується лише соціальними мережами та розважальними медіа, він, ймовірно, пропустить повідомлення, поширювані за межами цих каналів. Серед інших причин — відсутність пристрою для підключення до інтернету, або ситуація, коли взаємодія з мистецтвом в інтернеті потребує високого рівня цифрового доступу. Для осмисленої участі в культурному процесі онлайн необхідне швидкісне підключення до інтернету, що забезпечує обробку великих обсягів даних (наприклад, потокову передачу); пристрій для платформи надання цифрових послуг, наприклад, через Zoom складніше взаємодіяти на мобільному телефоні, ніж за допомогою настільного комп'ютера, ноутбука або планшета; пристрій, який захоплює повну участь і залученість, наприклад, молодь може вважати роботу за ноутбуком надто формальною. Якщо людина не може дозволити собі доступ до отримання досвіду онлайн, це теж є перешкодою залучення аудиторії/учасників до культурного процесу онлайн. Йдеться про те, що початкові витрати на участь є перешкодою для доступу до мистецтва та культури онлайн для людей, які перебувають у фінансово вразливому становищі. Наприклад, кількість безплатного контенту, доступного в інтернеті, значно збільшилася у період пандемії COVID-19, але ця ситуація може змінитися, оскільки культурні інституції намагатимуться відновити втрачені доходи, а отже, доступ до мистецтва та культури онлайн може стати вільним не для всіх, або взагалі недоступним.

Варто також зауважити, що онлайн-контент і надання цифрових послуг у секторі мистецтва та культури не настільки доступні, наскільки могли б бути. Це зумовлює ризики для позбавлення певних груп людей можливості займатися мистецтвом і культурою в інтернеті, зокрема людей з нижчим рівнем грамотності, з обмеженими можливостями або порушеннями (Stone et al., 2020). Наприклад, деякі онлайн-заходи та шоу рідко, якщо взагалі коли-небудь, стають доступними, інша проблема — колір тексту, макет вебсайту та графіка можуть відіграти свою роль у тому, що онлайн-інтерфейси стають незручними та недо-

ступними для людей з обмеженими можливостями. Тобто йдеться про те, що певна діяльність чи певний досвід в інтернеті не призначений для доступності.

Щоб займатися мистецтвом і бути долученим до культури в інтернеті, людям слід мати цифрові навички, необхідні для участі в конкретній діяльності або досвіду, наприклад, можливість використання тієї чи іншої платформи. Тож деяким організаціям доводиться витратити значну кількість часу на навчання людей цифрових навичок. Крім відсутності, або низького рівня цифрових навичок, у користувачів може не бути мотивації чи елементарної впевненості у собі, щоб долучитися до мистецтва та культури в інтернеті. У цій ситуації, з одного боку, людям необхідно подолати ці перепони, а з іншого, організації також мають докласти зусиль, щоб спонукати людей, причому на постійній основі, до участі в інтернеті. Важливе значення має й забезпечення безпеки, реалізацію заходів якої ускладнює формат надання цифрових послуг.

Організації, які надають «спільний досвід» (наприклад, завдяки інтерактивному контенту), підтримують двосторонню взаємодію з аудиторією, що дає змогу адаптувати надання послуг відповідно до оточення цифрових навичок та середовища учасника. За такої умови може бути складно забезпечити цікавий досвід, коли глядачі чи учасники мають різні рівні навичок, мотивації, впевненості та підтримки. Організації, які надають «досвід перегляду», можуть мати менше можливостей для підтримання двосторонньої взаємодії з аудиторією. «Досвід перегляду» часто надається «згори донизу», і організація може бути менш обізнана щодо контексту, в якому аудиторія взаємодіє з її контентом. Крім того, варто враховувати, що доступ до відповідних технологій мають далеко не всі люди, як і, власне, культурні інституції, що потребує значних капіталовкладень. У разі культурних інституцій йдеться про такі цифрові ресурси для надання інклюзивного онлайн-досвіду, як, наприклад, платформа вебсайту, яка підтримує доступний дизайн або технологію, що забезпечує адаптацію для людей з обмеженими можливостями чи порушеннями. Також для підтримки активної цифрової присутності потрібен величезний обсяг роботи, включаючи рекламний досвід; управління продажем квитків чи реєстрацією учасників; підтримку присутності в соціальних мережах; підтримку сайту в актуальному стані тощо. Це може стати складним завданням для співробітників культурних інституцій, які, можливо, поєднують цей вид роботи зі створенням художнього та культурного контенту, а також наданням підтримки користувачам/учасникам. Співробітникам культурних інституцій також потрібні навички для надання не просто онлайн-послуг, а інклюзивного досвіду в інтернеті, щоб гарантувати, що цифрове надання послуг не посилює цифровий розрив.

Отже, щоб досягти успіху в заохоченні аудиторії/учасників до участі в мистецтві та культурі в інтернеті, культурним інституціям варто вміти виявляти цифрові бар'єри, з якими стикаються ці аудиторії/учасники, та сприяти їх подоланню — або через надання безпосередньої підтримки, або завдяки співпраці із партнерською організацією для надання підтримки тощо. Культурні інституції повинні орієнтуватися в рівні опанування цифрових технологій членами своєї громади, спільноти, цільової аудиторії тощо, бути обізнаними з інтересами, потребами та перешкодами на шляху залучення до культури та мистецтва онлайн, тобто

бути інклюзивними усюди, де це потрібно. Для забезпечення цифрової інклюзії культурним інституціям варто особливу увагу звернути на: 1) канали інформування про заходи/можливості участі цільової аудиторії/учасників, не підключених до мережі та обмежених користувачів; 2) рекламування заходів/можливості участі через офлайн- та онлайн-канали (соціальні мережі та розважальні медіа), які з більшою ймовірністю використовуватимуть обмежені користувачі; 3) практичну підтримку людям, які не мають підключення до інтернету або пристрою; 4) міру збагачення аудиторії/учасників заходами/можливістю участі, незалежно від їхнього пристрою чи швидкості інтернету; 5) наявність можливості надання дешевого (або безплатного) способу взаємодії в інтернеті для людей, які перебувають у скрутному фінансовому становищі; 6) потребу покращення доступності онлайн-контенту, наприклад, для людей з нижчим рівнем грамотності, з обмеженими можливостями чи порушеннями тощо; 7) потребу навчання цифрових навичок для залучення учасників; 8) потребу в підтримці людей, яких варто спонукати до продовження участі; 9) розробку заходів/участі з урахуванням ресурсів і підтримки, які є удома в цільової аудиторії; 10) проблеми з безпекою, пов'язані з наданням цього досвіду/заходу онлайн; 11) міру адаптованості цифрового надання послуг до конкретної аудиторії чи групи учасників; 12) перешкоди, з якими стикається цільова аудиторія/учасники під час доступу до діяльності/досвіду в інтернеті, та способи усунення цих перешкод.

■ Висновки

Вищевикладене дає підстави стверджувати, що культурні інституції, надаючи цифрові послуги, мають, як максимум, розглядати цифрову інклюзію як частину стратегії власної діяльності, як мінімум — виявити будь-які перешкоди на шляху цифрової інтеграції та визначити, як їх можна усунути. Вкрай важливо, щоб культурні інституції усвідомили, як цифрові послуги можуть використовуватися для сприяння однаковому доступу до мистецтва та культури, і взяли на себе стратегічне зобов'язання щодо впровадження інклюзивних цифрових технологій у свою діяльність. Щоб максимізувати потенціал цифрового надання послуг, організаціям необхідно оцінити: у яких ситуаціях такий формат надання послуг може підтримувати однаковість доступу; де очне надання послуг буде слушним; і де змішане надання послуг є найкращим рішенням, або ж реалізувати потенціал гібридної моделі, поєднавши різні варіанти надання послуг. Шлях до того, щоб стати більш інклюзивною цифровою організацією, може потребувати доступу до потоків фінансування за межами сектору мистецтва та культури, підвищення кваліфікації персоналу та волонтерів, співпраці з новими партнерськими організаціями тощо.

■ Список посилань

- Колупаєва, А. А., & Таранченко, О. М. (2016). *Інклюзивна освіта: від основ до практики* [Монографія]. Атопол.
- Лещук, Г. (2021). Інклюзивна комунікація як інструмент формування інклюзивної культури: термінологічний аналіз. *Social Work and Education*, 8(3), 364–372. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.21.3.5>

- Мельничук, О., & Ярошук Н. (2022, 20 жовтня). Місце інклюзивної культури в освітньому середовищі. В *Інклюзивна освіта: ідея, стратегія, результат* [Матеріали конференції] (с. 125–127). Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
- Мохнюк, Р. С. (2022). Інклюзія як один з напрямів стратегії розвитку громадянського суспільства: чинник культуротворчості. *Питання культурології*, 39, 182–193. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256926>
- Чупрій, Л., & Настояща, К. (2020). *Культурні практики населення міста Києва і Київської області: аналітичний звіт комплексного соціологічного дослідження*. О. В. Ямчинський
- Ясеновська, М., & Зіненко, О. (2020). *Кращі практики інклюзії*. http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/inclusion_booklet_zor-1_21.10.2020.pdf
- Heselwood, L. & Pritchard, J. (2019). *Inclusive by Default*. https://reform.uk/wp-content/uploads/2019/09/Inclusion-by-default_embargoed-to-0001-23.9.19.pdf
- Human Development Report 2004. Cultural Liberty in Today's Diverse World. (2004, January 1). *United Nations Development Programme*. <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2004>
- Jaaniste, L. (2009). Placing the creative sector within innovation: The full gamut. *Innovation Management, Policy & Practice*, 11(2), 215–229. <https://doi.org/10.5172/impp.11.2.215>
- Portolés, J. B. (2022). *Re | Shaping policies for creativity. Addressing culture as a global public good*. UNESCO. <https://knowledge-uclga.org/IMG/pdf/reshapingpoliciesforcreativity.pdf>
- Stone, E., Rae-Evans, R. & Maye, K. (2020). *Supporting digital inclusion of adults with low English language skills*. Good Things Foundation. https://d1ssu070pg2v9i.cloudfront.net/pex/carnegie_uk_trust/2020/06/11122825/supporting_digital_inclusion_of_adults_with_low_english_language_skills_2020.pdf
- The Audience Agency. (2020). *COVID-19 cultural participation monitor: summary report*. <https://www.theaudienceagency.org/asset/2434>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Yates, S. J., Carmi, E., Lockley, E., Pawluczuk, A., French, T., & Vincent, S. (2020). Who are the limited users of digital systems and media? An examination of U.K. evidence. *First Monday*, 25(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i7.10847>

References

- Chuprii, L., & Nastoiashcha, K. (2020). *Kulturni praktyky naseleennia mista Kyieva i Kyivskoi oblasti: analitychnyi zvit kompleksnoho sotsiologichnoho doslidzhennia* [Cultural practices of the population of the city of Kyiv and the Kyiv region: analytical report of a complex sociological study]. O. V. Yamchynskiy [in Ukrainian].
- Heselwood, L. & Pritchard, J. (2019). *Inclusive by Default*. https://reform.uk/wp-content/uploads/2019/09/Inclusion-by-default_embargoed-to-0001-23.9.19.pdf [in English].
- Human Development Report 2004. Cultural Liberty in Today's Diverse World. (2004, January 1). *United Nations Development Programme*. <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2004> [in English].

- Jaaniste, L. (2009). Placing the creative sector within innovation: The full gamut. *Innovation Management, Policy & Practice*, 11(2), 215–229. <https://doi.org/10.5172/impp.11.2.215> [in English].
- Kolupaieva, A. A., & Taranchenko, O. M. (2016). *Inkluzyvna osvita: vid osnov do praktyky* [Inclusive education: from basics to practice] [Monograph]. Atopol [in Ukrainian].
- Leshchuk, H. (2021). Inkluzyvna komunikatsiia yak instrument formuvannia inkluzyvnoi kultury: terminolohichniy analiz [Inclusive communication as a tool for forming an inclusive culture: terminological analysis]. *Social Work and Education*, 8(3), 364–372. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.21.3.5> [in Ukrainian].
- Melnychuk, O., & Yaroshchuk N. (2022, October 20). Mistse inkluzyvnoi kultury v osvitnomu seredovyshchi [The place of inclusive culture in the educational environment]. In *Inkluzyvna osvita: ideia, stratehiia, rezultat* [Inclusive education: idea, strategy, result] [Conference materials] (pp. 125–127). Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University [in Ukrainian].
- Mokhniuk, R. S. (2022). Inkluziia yak odyn z napriamiv stratehii rozvytku hromadianskoho suspilstva: chynnyk kulturotvorchosti [Inclusion as one of the directions of the civil society development strategy: a factor of cultural creation]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 182–193. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256926> [in Ukrainian].
- Portolés, J. B. (2022). *Re | Shaping policies for creativity. Addressing culture as a global public good*. UNESCO. <https://knowledge-uclga.org/IMG/pdf/reshapingpoliciesforcreativity.pdf> [in English].
- Stone, E., Rae-Evans, R. & Maye, K. (2020). *Supporting digital inclusion of adults with low English language skills*. Good Things Foundation. https://d1ssu070pg2v9i.cloudfront.net/pex/carnegie_uk_trust/2020/06/11122825/supporting_digital_inclusion_of_adults_with_low_english_language_skills_2020.pdf [in English].
- The Audience Agency. (2020). *COVID-19 cultural participation monitor: summary report*. <https://www.theaudienceagency.org/asset/2434> [in English].
- United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda> [in English].
- Yasenovska, M., & Zinenko, O. (2020). *Krashchi praktyky inkluzii* [Best practices for inclusion]. http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/inclusion_booklet_zor-1_21.10.2020.pdf [in Ukrainian].
- Yates, S. J., Carmi, E., Lockley, E., Pawluczuk, A., French, T., & Vincent, S. (2020). Who are the limited users of digital systems and media? An examination of U.K. evidence. *First Monday*, 25(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i7.10847> [in English].

DIGITAL INCLUSION IN CULTURAL INDUSTRIES: MEANING, POTENTIAL AND POSSIBILITIES

Iryna Shvets

Assistant,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-3761-3332

e-mail: irynashvets82@gmail.com

The aim of the article is to reveal the meaning, potential and possibilities of digital inclusion in cultural industries. To achieve this aim, the author used the dialectical method, necessary for the cultural studies implementation, as well as general scientific methods of analysis and synthesis. *Research results.* It is emphasised that the relationship between digital technologies, innovation and diversity in the cultural and creative industries is an extremely important research topic, given the importance of online channels for attracting audiences in the post-pandemic period and beyond. It is noted that one of the indisputable advantages of digital technologies is their potential to increase inclusiveness in the field of culture and art by providing people with the opportunity to enjoy content and experiences to which they cannot have direct access. It is emphasised that cultural institutions should be guided by the level of digital skills of members of their community, society, target audience, etc., be aware of the interests, needs and obstacles to engaging in culture and art online, i.e., be inclusive wherever it is needed. *The scientific novelty* of the results obtained is to clarify the significance (promoting greater involvement of people with different levels of digital skills in digital technologies), potential (increasing involvement in the field of arts and culture) and opportunities (maximising the social benefits of involvement in arts and culture) of digital inclusion in the cultural industries. *Conclusions.* It is concluded that cultural institutions need to understand how digital services can be used to promote equal access to arts and culture and make a strategic commitment to integrate inclusive digital technologies into their activities.

Keywords: inclusion; digital technologies; internet; cultural industries; cultural institutions; art; culture



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

Наукове видання
Scientific Publication

ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ISSUES IN CULTURAL STUDIES

Випуск 42
Issue

Науковий журнал
Scientific Journal

Відповідальний за випуск / Responsible for the issue
Валерій Кушнар'ов / Valerii Kushnarov

Літературний редактор / Literary editor
Анна Рибка / Anna Rybka

Бібліографічний редактор / Bibliographic editor
Алла Чернявська / Alla Cherniavska

Редактор-перекладач англійського тексту / English text editor
Марія Шевченко / Mariia Shevchenko
Марина Антонівська / Maryna Antonivska

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: 13.11.2023. Формат 70x100/16.
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Arial, DejaVu Serif, Roboto.
Ум. др. арк. 27,46. Обл.-вид. арк. 25,41.
Наклад 300 примірників.
Замовлення № 5160

Видавничий центр КНУКіМ
Видавець Київський національний університет культури і мистецтв
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4776 від 09.10.2014