

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

ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ISSUES IN CULTURAL STUDIES

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
SCIENTIFIC JOURNAL

ВИПУСК
ISSUE 44

Засновано у 2003 р.
Founded in 2003

КІІВ
KNUCA PUBLISHING
CENTRE

КІІВ
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР
КНУКіМ

2024

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 № 9 від 11.12.2024 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 Кушнарков — кандидат культурології, професор, 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 Гуменик** — доктор філософських наук, професор, Київська муніципальна академія музики ім. Р. М. Глієра (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).

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1210 від 31.10.2023 року. Ідентифікатор медіа R30-01926.

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, 2024
© Автори статей, 2024

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
(Protocol No. 9, dated on 11.12.2024)*

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, 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, R. M. Glier Kyiv Municipal Academy of Music (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).

Registration of Print media entity: Decision of the National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine: Decision No. 1210 as of 31.10.2023. Media ID: R30-01926.

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

© Kyiv National University
of Culture and Arts, 2024
© Authors, 2024

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

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ КУЛЬТУРИ

Андрій Гапонюк	Дослідження проблем метамодернізму українськими вченими (2013–2019)	8
В'ячеслав Кириленко	Цінності державної політики утвердження української національної та громадянської ідентичності	19
Юрій Сосницький	До питання історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні: періодизація, ключові етапи та методологічні основи	29
Інна Шевель	Культурний конфлікт під час війни: соціокультурний дискурс українського опору	43

КУЛЬТУРНО-МУСТЕЦЬКІ ТА ОСВІТНІ ПРАКТИКИ

Андрій Бондаренко	Підтримані Українським культурним фондом музичні проекти як чинник розвитку національної культури	54
Яна Зарічна	Кінофестивалі в Україні як об'єкт наукового вивчення	66
Катерина Кириленко, Людмила Бойко, Вікторія Стратюк	Педагогічний воркшоп як інструмент формування інноваційного навчального середовища в закладі вищої освіти культурологічного спрямування	81
Юлія Ключко	Особливості функціонування музейних інституцій у структурі культурних та креативних індустрій	94
Євген Малюк, Денис Вітковський	Вітубери як феномен сучасної медіакультури	107

<i>Михайло Поплавський, Валентина Мамедова</i>	▪ Цифровий університет Київського національного університету культури і мистецтв як складова цифрової освітньої екосистеми України серед мистецьких закладів вищої освіти	120
<i>Григорій Решетнік</i>	▪ Реаліті-шоу та культурне виробництво: національна адаптація транснаціонального формату	133
<i>Денис Сучков</i>	▪ Роль трансмедійного сторітелінгу у формуванні імерсивного досвіду аудиторії	145
<i>Альона Тимошенко</i>	▪ Трансформація образу героя у візуальних практиках в українській культурі під впливом російсько-української війни	158

CONTENTS

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

Andrii Gaponiuk	Study of Metamodernism Problems by Ukrainian Scientists (2013–2019)	8
Vyacheslav Kyrylenko	Values of State Policy in Establishing Ukrainian National and Civil Identity	19
Yuri Sosnytskyi	To the Question of the History of the Artistic Image Development of the Social Poster in Ukraine: Periodisation, Key Stages and Methodological Basis	29
Inna Shevel	Cultural Conflict During War: Socio-Cultural Discourse of Ukrainian Resistance	43

ARTS AND CULTURAL, EDUCATIONAL PRACTICES

Andriy Bondarenko	Supported by the Ukrainian Cultural Foundation Music Projects as a Development Factor of National Culture	54
Yana Zarichna	Film Festivals in Ukraine as an Object of Scientific Study	66
Kateryna Kyrylenko, Liudmyla Boiko, Viktoria Stratiuk	Pedagogical Workshop as a Tool for Forming Innovative Academic Environment in a Higher Education Institution Specialising in Cultural Studies	81
Yuliia Kliuchko	Peculiarities of Functioning of Museum Institutions in the Cultural and Creative Industry Structure	94
Yevhen Maliuk, Denys Vitkovskiy	Vtubers as a Phenomenon of Modern Media Culture	107

<i>Mykhailo Poplavskiy, Valentyna Mamedova</i>	▪ Digital University of Kyiv National University of Culture and Arts as a Component of Ukrainian Digital Educational Ecosystem among Art Institutions of Higher Education	120
<i>Hryhorii Reshetnik</i>	▪ Reality Shows and Cultural Production: National Adaptation of Transnational Format	133
<i>Denys Suchkov</i>	▪ The Role of Transmedia Storytelling in Forming the Audience's Immersive Experience	145
<i>Alyona Tymoshenko</i>	▪ Transformation of the Hero Image in Visual Practices in the Ukrainian Culture under the Influence of the Russian-Ukrainian War	158

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318685
УДК 130.2:82.09:141.78]:378.2(477)"2013/2019"

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МЕТАМОДЕРНІЗМУ УКРАЇНСЬКИМИ ВЧЕНИМИ (2013–2019)

Андрій Гапонюк

Аспірант,
Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»,
Київ, Україна
ORCID ID: 0009-0000-1742-3876
e-mail: gaponiuk.a.v@outlook.com

Для цитування:

Гапонюк, А. (2024). Дослідження проблем метамодернізму українськими вченими (2013–2019). *Питання культурології*, 44, 8–18. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318685>

Стаття присвячена історії дослідження проблем метамодернізму українськими вченими в 2010-ті роки, *Метою статті* є аналіз наукових публікацій з означеної проблеми. *Наукова новизна* статті полягає в тому, що у ній вперше здійснено комплексний аналіз публікацій українських авторів, присвячених метамодернізму, визначено основні тенденції розвитку пізнання в цій сфері. *Результати дослідження*. Проаналізовано публікації українських авторів, у назві яких фігурує термін «метамодернізм», що були надруковані в періодичних виданнях, здійснено їхню класифікацію та визначено загальну динаміку досліджень у період 2013–2019 років. *Висновки*. Аналізовані публікації поділено на дві групи, до першої з яких належать ті, що висвітлюють зміст цієї філософсько-культурологічної концепції (праці В. Мірошніченка, Ю. Шабанової), а до другої ті, що присвячені дослідженню виявів метамодернізму в різних сферах: літературі (Д. Дроздовський, Ю. Скибицька, Т. Гребенюк), архітектурі (В. Келюх, А. Артеменко), візуальному мистецтві (Д. Дроздовський, Л. Кондрацька), скульптурі (Ю. Одробінський). Встановлено, що першим українським автором з цієї теми досліджень є Д. Дроздовський, публікації якого з'явилися в 2013 р.; подібні статті друкуються лише в 2017 р., найбільше — у 2018 р., а далі їхня кількість знижується, знову зростаючи вже в 2020-ті роки.

Ключові слова: метамодернізм; постпостмодернізм; постмодернізм; модернізм; 2010-ті; українські дослідники; розвиток пізнання

Вступ

Наш світ постійно змінюється, і кінець історії, проголошений Фукуямою, зрештою, виявився кінцем постмодерну. Водночас питання, що саме прийде

йому на зміну, тривалий час було дискусійним. Науковцями було запропоновано низку термінів і концепцій: постпостмодернізм, цифромодернізм, автомодернізм, псевдомодернізм, альтермодернізм, але найбільш поширеним і загальноприйнятим стало поняття «метамодернізм». Означена концепція була запропонована Тімотеусом Вермюленом та Робіном ван ден Аккером (Vermeulen & Akker, 2010), вона розроблялася Люком Тернером (Turner, 2011), а також іншими європейськими вченими. Як зазначають перші два автори, метамодернізм ніби розгойдується між постмодернізмом і модерном, намагаючись подолати протиріччя між ними. Іншими словами, метамодернізм — це вияв сучасного глобального культурного процесу, в рамках якого протилежності тлумачаться, як компоненти істини, і кожен може самостійно обирати, у який її бік схилитися в той чи інший момент, безперервно продовжуючи пошуки.

Зазначена концепція широко застосовується в світі для пояснення сучасних культурних явищ, і Україна в цьому процесі не є виключенням. До цієї теми протягом більше десяти років звертаються представники різних гуманітарних наук: філософії, культурології, літературознавства тощо. Тому буде актуальним виявити, коли і як почалося дослідження проблем метамодернізму українськими вченими.

■ Аналіз попередніх досліджень

Досі розгорнутий аналіз публікацій українських науковців, присвячених проблемам метамодернізму, був відсутній. У відповідних статтях українських науковців зазвичай наявний огляд публікацій європейських вчених, які займалися теоретичним обґрунтуванням нової парадигми. Огляди ж українських досліджень або взагалі відсутні, або обмежуються переліком кількох прізвищ, або містять усього кілька посилань на праці, безпосередньо пов'язані із самою темою публікації (Вертипорох, 2022, с. 252; Solomatova, 2022, р. 194; Мечиков, 2023, с. 16). Така ситуація підсилює актуальність вказаної теми та потребу в її комплексному вивченні.

■ Мета статті

Метою статті є аналіз особливостей дослідження проблем метамодернізму українськими науковцями в 2010-ті роки. Означена мета передбачає реалізацію таких дослідницьких завдань: 1) з'ясувати, коли почалося вивчення зазначених проблем в Україні; 2) класифікувати наявні публікації українських дослідників, присвячені проблемам метамодернізму; 3) визначити динаміку дослідження метамодерністських проблем у 2010-ті рр.

Джерелами дослідження стали публікації українських вчених у наукових журналах з 2013 по 2019 рік включно, у назві і змісті яких фігурує термін «метамодернізм». Можливо, що зазначена проблематика розглядалася і в працях, у назвах яких це поняття не згадувалося, однак, з огляду на те, що дослідження мали міждисциплінарний характер, то всі публікації досягнути неможливо в рамках лише однієї статті, відповідно запропонований підхід дасть змогу сформулювати певну вибірку відповідних досліджень і з її допомогою визначити загальні тенденції розвитку пізнання в цій сфері.

■ Результати дослідження

Отже, хоча у Європі концепція метамодернізму було запропонована ще в 2010 р., в Україні на цю тему звернули увагу лише в 2013 р., коли з'явилися дві публікації літературознавця Д. Дроздовського, який став першим вітчизняним дослідником, у назві статей якого фігурує «метамодернізм». У першій статті автор переважно вживає термін «постпостмодернізм», хоч і зазначає, що використовує його як «робочий», однак визнає, що для характеристики епохи, котра прийшла на зміну постмодерну, краще підходить поняття «метамодернізм» (Дроздовський, 2013а). І все ж у тексті статті відсутнє його конкретне визначення, так само, як і посилання на праці західних науковців-теоретиків, які займалися розробкою цієї теоретичної концепції.

Д. Дроздовський згадує деякі напрями постпостмодернізму, зокрема дижиталізм, перформатизм і транссентименталізм. Дослідник також відзначає, що спільним для більшості нових напрямів є взаємодія модерністського та постмодерністського дискурсів у формі опозиції «реальність» — «віртуальність». Автор торкається і «нової емоційної широти та автентичності», які, на його думку, є характерними рисами третього напрямку, згаданому вище.

Основну ж увагу Д. Дроздовський у своїй публікації приділяє аналізу двох творів — фільму Педро Альмодовара (Pedro Almodóvar) «Все про мою матір» («*Todo sobre mi madre*», 1999) і роману «Хмарний атлас» («*Cloud Atlas*», 2004) британця Девіда Мітчелла (David Mitchell).

У другій статті Д. Дроздовський (2013b) розглядає підхід літературознавця Г. Ключека до проблеми переходу від літератури реалізму до модерністської і його застосування для пояснення ситуації в літературі на межі ХХ – ХХІ ст. Так, автор вважає, що ідея Г. Ключека про те, що модернізм був не лише запереченням літератури ХІХ ст., а також її полемічним продовженням має смисловий потенціал для пояснення літературного процесу сучасності. Дослідник коротко наводить особливості трансформації, якої зазнала література в процесі еволюції від реалізму до модернізму, а потім переходить до літератури періоду кінця ХХ – початку ХХІ ст., для позначення якого він вживає дві назви — постпостмодерн і метамодерн. Щодо особливостей цього періоду, то Д. Дроздовський виділяє повернення до «великих наративів», що заперечувалися в постмодернізмі, увагу на емоційність, чуттєвість і психологізм, навівши приклади відповідних літературних творів. Також автор говорить і про один з напрямів метамодернізму — перформатизм, описуючи його особливості. У висновку статті вчений зазначає, що протиставлення модерністської — постмодерністської уже не актуальне, адже в метамодернізмі наявні і модерністські, і постмодерністські форми, тому протистояння між двома епохами діалектично знімається, а отже, окреслені ідеї Г. Ключека можуть бути корисними для опису й метамодерністського дискурсу в літературному процесі сучасності.

Д. Дроздовський (Drozdovskyi, 2017) продовжує дослідження окресленої проблематики й у 2017 р. Англomовна стаття дослідника присвячена романові сучасної британської письменниці українського походження Марини Левицької (Lewuska, 2005) «Коротка історія тракторів по-українськи». У центрі сюжету цього твору спроба старого іммігранта, який переїхав до Великої Британії з України,

написати історію українських тракторів, зробивши огляд української історії радянських часів. При цьому трактори стають у тексті символом українського походження.

Окрім власне аналізу сюжету, дослідник наводить риси, які притаманні постпостмодерністській літературі, зокрема згадуючи використання в тексті іронії оповідача та щирої емоційності героїв, фізики та метафізики тощо. На думку Д. Дроздовського, у романі наявне поєднання постмодерних прийомів (зосередженість на наративних техніках, іронія, фрагментація дискурсів, грайливість тощо) із постпостмодерністськими (грайливість, пов'язана із сучасністю, зникає, коли роман торкається трагічних сторінок української історії, зокрема Голодомору).

Авторкою ще однієї статті, яка вийшла того ж 2017 р., є також літературознавець Ю. Скибицька (2017), яка аналізує в контексті метамодернізму творчий доробок драматурга Неда Нежданого. Дослідниця констатує, що авторка аналізованих творів відійшла від постмодерністських настанов. Це знайшло вияв у традиційній побудові п'єси та в її сюжеті, у наближеності діалогів до реального живого мовлення. Також Ю. Скибицька зазначає, що Неда Неждана звертається у своїй творчості до біографічної теми, проте постаті минулого не десакралізуються і не деканонізуються, як це зазвичай має місце в постмодерних творах. Іншою характерною ознакою творчості цієї письменниці, на думку авторки, є відсутність безнадії, віра в можливість досягнення гармонії та розроблення серйозних тем. У підсумку, на підставі наведених фактів, Ю. Скибицька робить висновок, що коливання Неда Нежданого між стратегіями постмодернізму та модернізму співвідносяться із концепцією «метамодернізму» згаданих вище зарубіжних авторів.

Інша публікація, яка з'явилася того року, вже повністю присвячена метамодернізму як явищу. Так, культуролог В. Мірошніченко (2017) у своїй статті розглядає і сам метамодернізм, і пов'язані з ним поняття «осциляція» та «інтерпеляція», а також «паратак西斯» і «метак西斯». Дослідник дає загальну характеристику цьому культурному явищу, звертаючись до основоположних праць з цієї теми — авторства Т. Вермюлена та Р. ван ден Аккера і Л. Тернера. Означену статтю можна вважати загальним викладенням основних постулатів концепції метамодернізму для українських читачів.

Але найбільша кількість праць, у назві і в тексті яких згадується метамодернізм, вийшла в наступному — 2018 р., зокрема над цією проблематикою продовжили працювати українські літературознавці. Так, Т. Гребенюк (2018) присвятила свою статтю деяким проявам метамодернізму в українській літературі загалом. Авторка наводить основні постулати метамодерної концепції, викладені в працях Т. Вермюлена й Р. ван ден Аккера, Л. Тернера та С. Абрамсона. Дослідниця також наводить думку Ліотара, щодо «кінця метанаративів» у постмодерні. Метанаративи ставлять під питання цю свободу; як метафору стану постмодерну авторка згадує Свято воскресаючого духу з «Рекреації» Юрія Андруховича. На противагу цьому, метамодернізм пов'язаний із відродженням метанаративів. Тому далі для підтвердження цієї тези Т. Гребенюк звертається до творів українських письменників.

Дослідниця відзначає, що постмодерністська свобода трансформується у метанаратив соціальної користі культурних явищ, яка знайшла вияв в україн-

ській літературі у формі ідеї соціального призначення літературної й мистецької діяльності (роман Т. Малярчук «Забуття»). Іншим поширюваним метанаративом літературознавця вважає ідею персональної причетності людини до життя суспільства, що найяскравіше виражено в творах українських авторів на військову тематику (С. Жадан, В. Рафеєнко, С. Лойко, Є. Положій), а також у деяких фільмах.

Наступним метанаративом, що має місце в українській культурі, Т. Гребенюк називає вплив історичної пам'яті на сучасні події, що знайшло втілення в сучасній літературі (твори О. Забужко, С. Жадана, Т. Малярчук, С. Андрухович, Ю. Винничука, А. Бондаря, М. Лаюка та ін.), а також у кіномистецтві. Звернення до минулого дослідниця пояснює пошуком українськими авторами пояснення нинішнім негараздам в Україні, проте історичний досвід часто слугує підставою для фрустрації.

У 2018 р. продовжує працювати над означеною проблематикою і згаданий вище літературознавець Д. Дроздовський (2018). Так, дослідник і далі розглядає вияви метамодернізму в сучасному англійському романі. Особливістю постпостмодерністського роману загалом він вважає взаємодію наукового (сцієнтистського), метафізичного та чуттєвого дискурсів. Важливим мотивом постпостмодерністських художніх творів автор статті називає пізнання істини, яке, втім, апріорі приречене на поразку, адже у людини немає потрібних інструментів для розуміння деяких феноменів (наприклад, творчості). Цей мотив Д. Дроздовський виявляє в англійському постпостмодернізмі. У творах, що до нього належать, значна увага приділяється репрезентації категорій часу і простору, а навколишній світ подається таким, де воля людини зустрічається з волею інших; також ідеться і про стирання межі в пізнанні світу за допомогою наукового інструментарію та чуттєвості, тобто, фактично, має місце поєднання кантіанства з пост-гуманізмом.

Д. Дроздовський вказує на основні риси постпостмодернізму та наголошує, що він не замикається лише в дискурсі метамодернізму. Що ж стосується англійських постпостмодерністських романів, то тут також можна побачити реактуалізацію ідей німецького романтизму. У висновках автор наводить приклади використання в літературі, що розглядається, ідей астрофізики, нейрохімії, медицини, а також проектування релігійних ідей на винаходи на ниві науки, що свідчить про нівелювання межі між науковим і метафізичним дискурсами в постпостмодерністському мисленні.

Статті про вияви метамодернізму в мистецтві виходять також у 2018 р. Так, Ю. Одробінський (2018) розглядає цю проблему на прикладі скульптури у світі та в Україні. Зокрема, автор спочатку наводить особливості його вияву в скульптурі модерну та постмодерну, а потім переходить і до періоду кінця ХХ – початку ХХІ ст. Дослідник відзначає, що метамодернове мистецтво спрямоване на відродження дискурсу та пошук нової духовності, а новими аксіологічними конструктами стають егофутуризм і техноетика.

Далі Ю. Одробінський безпосередньо переходить до скульптури та наводить приклади інсталяцій метамодернових авторів (Д. Таррел, О. Еліассон, К. Енгман) у світі, а в Україні він сюди відносить харківську школу скульпторів.

Також науковець перелічує особливості метамодерної скульптури: об'єднання природного, архітектурного й скульптурного просторів, звернення до історії й архаїки, створення об'єктів, що трансформують простір, а не руйнують, як це було в постмодернізмі. Що ж до сучасної скульптури в Україні, то автор статті також виділяє тенденції її розвитку, до яких відносить використання всього різноманіття пластичних традицій минулого й сучасності, поєднання часткової форми, експресивної ритміки і природного руху та розширення спектру технологій.

Того ж року виходить і стаття Л. Кондратцької (2018), у якій розглядається один із виявів метамодернізму — перформативний поворот в образотворчому мистецтві. Посилаючись на сьомий пункт «Маніфесту» Л. Тернера, авторка відзначає, що вже можна спостерігати прояви нової арт-практики, коли мистецтво повертається до власного магічного витоку (магічного ритуалу, містеріального дійства) і згодом почне допомагати людині вступити на шлях духовного розвитку. При цьому Л. Кондрацька наводить приклади прояву метамодернізму в живописі, інсталяціях і архітектурній практиці. На думку дослідниці, заперечення метафори світу «як тексту» робить актуальною метафору світу «як множинного перформативного акту», тому метою її статті є антропологічне обґрунтування перформативного повороту в образотворчому мистецтві.

Водночас Л. Кондрацька наводить кілька робіт сучасних митців у плані вияву візуально-оптичного а-топічного метаксису (проект «Мир» Рассела Тайлера, інсталяція «Використовувати більше зеленого кольору» Джеймса О. Кларка, картина «Паперова лялька-3» Джастіна Хілла, проект Марселіна МакНіла «Скелелаз»), зазначаючи, що осягнення їхньої сутності вимагає переналаштування візуального мислення.

Далі авторка здійснює поділ принципів організації складних метасистем на три групи: принципи складності, принципи невизначеності, принципи еволюції. На її думку, зазначені принципи знаходять реалізацію за допомогою особливих художніх стратегій, а це, своєю чергою, вимагає «заміни пасивного арт-споглядання перформативним вчинком, тобто духовного перетворення адресата». Л. Кондрацька називає здібності, які мають розкритися, і на підставі цього визначає проблему нової чуттєвості, що пов'язана зі становленням метамодерністського художнього світобачення. Його основними характеристиками дослідниця вважає антиномічне співіснування архетипних наративів з новими смисловими горизонтами артефакту та відмову від усталених каузальних зв'язків і звичних семіотичних формул. У висновку авторка стверджує, що образотворчий метамодернізм — це не стилістичний закон чи статут, а дух часу, атмосфера, нематеріальний ефір, що пронизує всіх і все.

Стаття В. Келюха (2018), своєю чергою, присвячена виявам метамодернізму в сучасній архітектурі. На думку автора, для визначення майбутнього архітектури потрібно залучити дані соціології. На цій основі вчений виділяє три загальні напрями суспільного розвитку. Перший — це продовження мультикультуралізму та глобалізації, що має вияв в архітектурі у вигляді окремих течій, таких як біотек, деконструктивізм тощо. Другий — це консерватизм і правий популізм, що позначилося в архітектурі у вигляді повернення класичних форм і традиційних уявлень про мистецтво. До третього напрямку дослідник відносить супротив

прогресу та сучасній цивілізації, втіленням якого в архітектурі є поширення екопоселень та будинків відлюдників. При цьому В. Келюх вважає метомодернізм консолідуючою доктриною, яка здатна об'єднати суспільство. Прагнення до нової чуттєвості, яке притаманне цій парадигмі, в архітектурі знайшло прояв, на його думку, у творчості засновників швейцарського архітектурного бюро Herzog & de Meuron — Жака Герцога та П'єра де Меврона. Автор визначає їхній стиль як неоромантичний, а серед прикладів їхніх робіт наводить Ельбську філармонію, бібліотеку Бранденбургського технічного університету, Китайський національний стадіон у Пекіні та Caixa Forum Madrid.

Дослідження виявів метамодерну в сучасній архітектурі продовжується і в наступному 2019 р., коли виходить стаття А. Артеменко, присвячена аналізу реконструкції комплексу XIX ст. Бомонті в Стамбулі, як приклада цього процесу (Артеменко, 2019). Дослідник звертає увагу на різницю у виявах іронії в постмодернізмі, де вона пов'язана з апатією, та метамодернізмі, у якому виявляє зв'язок з бажанням, що, на його думку, можна простежувати на прикладі розвитку стилю лофт з початку XXI ст.

Далі автор звертається до аналізу реконструкції бельгійської пивоварні Bomonti Brewery у Стамбулі, відзначаючи, що цей комплекс виглядає наче антикварна річ, що внесена в сучасний інтер'єр, символізуючи ідеалізоване минуле, традицію «Стамбула, який ми втратили». А. Артеменко також формулює п'ять ключових принципів метамодерна, втілених у сучасній архітектурі. Наприкінці дослідник робить висновок, що в контексті означеної парадигми лофт-дизайн стає інструментом створення нового семіотичного поля, у якому об'єкти мають значення відсилок до «старих добрих часів», коли людина брала участь у процесі виробництва, а суспільство було керованим. За допомогою цього, на думку автора, здійснюється процес гуманізації міського простору.

Того ж року виходить стаття Ю. Шабанової (2019), присвячена філософії метамодерну, зокрема поняттю осциляції. Так, дослідниця звертається до опису ситуації, яка склалася на межі XX–XXI ст. у зв'язку із формуванням нової культурної парадигми. Ю. Шабанова розглядає основні теоретичні праці, автори яких (Т. Вермюлен та Р. ван ден Аккер, Л. Тьорнер, С. Абрамсон, О. Думітреску, Х. Фрайнахт) обґрунтовували метамодерн. Ю. Шабанова акцентує увагу, що в рамках нової парадигми реальність описується за допомогою всього філософського досвіду, набутого в рамках модерну та постмодерну. Та й сама назва метамодерн є похідною від поняття «metaxis» (мета) в платонівському сенсі. Тому специфічною рисою, пов'язаною із цим, є осциляція (коливання). Далі авторка описує результати застосування методології осциляції, що в кінцевому результаті призводить до реконструкції цілісності. Насамкінець дослідниця робить висновок, що нова парадигма має все необхідне для «якісно нового періоду смислопокладання людини холономного мислення».

■ Висновки

Отже, усі публікації українських авторів, які побачили світ з 2013 по 2019 рік включно, і у назві яких фігурує термін «метамодернізм», можна поділити на дві групи. До першої слід віднести статті, присвячені, власне, змісту цієї філософ-

сько-культурологічної концепції, і вони по-суті є трансляцією поглядів західних вчених, які її теоретично обґрунтували (праці В. Мірошниченка, Ю. Шабанової). До другої групи можуть бути віднесені публікації, у яких досліджуються вияви метамодернізму в тій чи тій сфері: у літературі (Д. Дроздовський, Ю. Скибицька, Т. Гребенюк), архітектурі (В. Келюх, А. Артеменко), візуальному мистецтві (Д. Дроздовський, Л. Кондрацька) та скульптурі (Ю. Одробінський). Загалом із дванадцяти статей, що були опубліковані в 2013–2019 роках, дві належать до першої групи, а десять — до другої.

Першим українським автором, у назві статей якого згаданий метамодернізм, є Д. Дроздовський. Перші публікації дослідника, присвячені аналізу літературних творів, з'явилася ще в 2013 р. Однак після цього, у середні 2010-х років, подібні праці зникають і знову з'являються лише в 2017 р. Активізація зусиль дослідників з цієї теми відбулася в 2018 р., проте далі кількість публікацій знижується, щоб знову зрости вже в 2020-ті роки. Саме тому історія вивчення проблем метамодернізму українськими вченими в цей період стане об'єктом подальших досліджень автора.

■ Список посилань

- Артеменко, А. П. (2019). *Метамодерн и его эстетический опыт: визуализация мировоззренческой парадигмы в архитектуре*. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки*, 1(85), 45–55. [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.1\(85\).2019.45-55](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.1(85).2019.45-55)
- Вертипорох, О. В. (2022). Авторська суб'єктивність у сучасному прозовому контексті: від постмодернізму до метамодернізму. *Закарпатські філологічні студії*, 23(1), 251–255. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.48>
- Гребенюк, Т. В. (2018). Свобода в літературі метамодерного світу: український вимір. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*, 78, 160–164.
- Дроздовський, Д. (2013a). Література й візуальне мистецтво епохи метамодернізму: Трансгресія, транс-міграція, транзитивність. *Сучасні проблеми художньої освіти в Україні*, 8, 248–255.
- Дроздовський, Д. (2013b). Літературний процес як голістичний феномен: реалізм – модернізм – постмодернізм – метамодернізм (інтерпретаційні підходи Григорія Ключека). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 114, 8–14.
- Дроздовський, Д. (2018). Дискусійність метамодернізму в аспекті теорії постпостмодернізму. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Літературознавство*, 3–4(89–90), 58–71.
- Келюх, В. Г. (2018). Метамодернізм як компроміс між вічністю і тимчасовістю. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 51, 45–49.
- Кондрацька, Л. (2018). Художній метамодернізм: від експансії мертвого – до дихання живого. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство*, 2(39), 354–362. <http://dSPACE.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/12627/1/Kondratska.pdf>
- Мечиков, С. (2023). Теоретичні передумови формування феномену постправди в світоглядному просторі метамодерну. *Вісник Дніпровської академії неперервної*

- освіти. Серія: Філософія. Педагогіка, 2(2), 15–18. <https://doi.org/10.54891/2786-7013-2023-2-3>
- Мірошніченко, В. С. (2017). Метамоделізм, осциляція, інтерпеляція. *Культура України. Серія: Культурологія*, 55, 109–117.
- Одербінський, Ю. В. (2018). Метамоделізм і скульптура: світовий і український контекст. *Глея: науковий вісник*, 132(5), 261–265.
- Скибицька, Ю. (2017). Драматичний доробок Неда Нежданого у контексті метамоделізму. *Синопис: текст, контекст, медіа*, 2(18), 88–96. [https://doi.org/10.28925/2311-259X.2017\(2\)09161](https://doi.org/10.28925/2311-259X.2017(2)09161)
- Шабанова, Ю. О. (2019). Осциляція як вимір філософії метамоделізму. *Epistemological Studies in Philosophy, Social and Political Sciences*, 2(2), 13–22. <https://doi.org/10.15421/341920>
- Drozdovskyi, D. (2017). Disordered identity in Marina Lewycka's novel *A Short History of Tractors in Ukrainian*: imagological explications and metamodernistic outlines. *Miscellanea Posttotalitarianiana Wratislaviensi*, 6, 293–305. <https://doi.org/10.19195/2353-8546.6.23>
- Lewycka, M. (2005). *A Short History of Tractors in Ukrainian*. Viking.
- Solomatova, V. (2022). Science-Art in the context of metamodernism development trends. *Culture and Arts in the Modern World*, 23, 193–199. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.23.2022.261014>
- Turner, L. (2011). *Metamodernist // Manifesto*. Metamodernism. <http://www.metamodernism.org>
- Vermeulen, T., & van den Akker, R. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677>

References

- Artemenko, A. P. (2019). Metamodern i ego estetieskii opyt: vizualizatsiya mirovozzrencheskoi paradigmy v arkhitekture [Metamodern and its aesthetic experience: Visualization of the world-view paradigm in architecture]. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*, 1(85), 45–55. [https://doi.org/10.35433/Philosophical_Sciences.1\(85\).2019.45-55](https://doi.org/10.35433/Philosophical_Sciences.1(85).2019.45-55) [in Russian].
- Drozdovskyi, D. (2013a). Literatura y vizualne mystetstvo epokhy metamodernizmu: Transhresia, trans-mihratsiia, tranzhytyvnist [Literature and visual art of the metamodern era: Transgression, trans-migration, transitivity]. *Suchasni problemy khudozhnoi osvity v Ukraini*, 8, 248–255 [in Ukrainian].
- Drozdovskyi, D. (2013b). Literaturnyi protses yak holistychnyi fenomen: realizm – modernizm – postmodernizm – metamodernizm (interpretatsiini pidkhody Hryhoriia Klocheka) [Literary process as a holistic phenomenon: realism – modernism – postmodernism – metamodernism (interpretive approaches of Grigoriy Klochek)]. *Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky*, 114, 8–14 [in Ukrainian].
- Drozdovskyi, D. (2017). Disordered identity in Marina Lewycka's novel *A Short History of Tractors in Ukrainian*: imagological explications and metamodernistic outlines. *Miscellanea Posttotalitarianiana Wratislaviensi*, 6, 293–305. <https://doi.org/10.19195/2353-8546.6.23> [in English].
- Drozdovskyi, D. (2018). Diskusiiniest metamodernizmu v aspekti teorii postpostmodernizmu [Discussion on metamodernism in the aspect of postpostmodernistic theory].

- Scientific Notes of H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University. Literary Studies*, 3–4(89–90), 58–71 [in Ukrainian].
- Hrebeniuk, T. V. (2018). Svoboda v literaturi metamodernoho svitu: ukrainskyi vymir [Freedom in the metamodern world fiction: the Ukrainian dimension]. *Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "Philology"*, 78, 160–164 [in Ukrainian].
- Keliukh, V. H. (2018). Metamodernizm yak kompromis mizh vichnistiu i tymchasovistiu [Metamodernism as compromise between eternity and temporarity]. *Current Problems of Architecture and Urban Planning*, 51, 45–49 [in Ukrainian].
- Kondratska, L. (2018). Khudozhnii metamodernizm: vid ekspansii mertvoho – do dykhannia zhyvoho [Artistic metamodernism: from expansion of the dead – before the spirit of the living]. *The Scientific Issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Specialisation: Art Studies*, 2(39), 354–362. <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/12627/1/Kondratska.pdf> [in Ukrainian].
- Lewycka, M. (2005). *A Short History of Tractors in Ukrainian*. Viking [in English].
- Mechykov, S. (2023). Teoretychni peredumovy formuvannia fenomenu postpravdy v svitohliadnomu prostori metamodernu [Theoretical prerequisites of the formation of the phenomenon of post-truth in the space of metamodern worldview]. *Dnipro Academy of Continuing Education Herald. Series: Philosophy, Pedagogy*, 2(2), 15–18. <https://doi.org/10.54891/2786-7013-2023-2-3> [in Ukrainian].
- Miroshnychenko, V. S. (2017). Metamodernizm, ostsyliaitsiia, interpeliatsiia [Metamodernism, oscillation, interpel]. *Culture of Ukraine. Series: Culturology*, 55, 109–117 [in Ukrainian].
- Odrobinskyi, Yu. V. (2018). Metamodernizm i skulptura: svitovi i ukrainskyi kontekst [Positions of Ukrainian design in the modern art space]. *Hileya: Scientific Bulletin*, 132(5), 261–265 [in Ukrainian].
- Shabanova, Yu. O. (2019). Ostsyliaitsiia yak vymir filosofii metamodernu [Oscillation as determination of metamodern philosophy]. *Epistemological Studies in Philosophy, Social and Political Sciences*, 2(2), 13–22. <https://doi.org/10.15421/341920> [in Ukrainian].
- Skybytska, Yu. (2017). Dramatychnyi dorobok Nedy Nezhdanoi u konteksti metamodernizmu [Drama works of Neda Nezhdanain the context of the metamodernism]. *Synopsis: Text, Context, Media*, 2(18), 88–96. [https://doi.org/10.28925/2311-259X.2017\(2\)09161](https://doi.org/10.28925/2311-259X.2017(2)09161) [in Ukrainian].
- Solomatova, V. (2022). Science-Art in the context of metamodernism development trends. *Culture and Arts in the Modern World*, 23, 193–199. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.23.2022.261014> [in English].
- Turner, L. (2011). *Metamodernist // Manifesto*. Metamodernism. <http://www.metamodernism.org> [in English].
- Vermeulen, T., & van den Akker, R. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> [in English].
- Vertyporokh, O. V. (2022). Avtorska subiektyvnist u suchasnomu prozovomu konteksti: vid postmodernizmu do metamodernizmu [Authorial subjectivity in the modern prose context: from postmodernism to metamodernism]. *Transcarpathian Philological Studies*, 23(1), 251–255. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.48> [in Ukrainian].

STUDY OF METAMODERNISM PROBLEMS BY UKRAINIAN SCIENTISTS (2013–2019)

Andrii Gaponiuk

PhD Student,

Open International University
of Human Development “Ukraine”,
Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0009-0000-1742-3876

e-mail: gaponiuk.a.v@outlook.com

This article is devoted to the history of researching the problems of metamodernism by Ukrainian scientists in the 2010s. *The aim of the article* is to analyse scientific publications on the specified issue. *The scientific novelty* of the article grounds on the fact that it is the first to carry out a comprehensive analysis of publications by Ukrainian authors devoted to metamodernism, as well as to identify main tendencies of the cognition development in this sphere. *Results*. Works of Ukrainian scientists which have the term “metamodernism” in their titles and which were published in periodicals are analysed; their classification is carried out; the general dynamics of research in the period of 2013–2019 is determined. *Conclusions*. The analysed publications can be divided into two groups. The first group includes those articles that highlight the content of this philosophical and cultural concept (V. Miroshnychenko, Yu. Shabanova). The second group includes those works that are devoted to the study of metamodernism manifestations in different fields: literature (D. Drozdovskyi, Yu. Skybytska, T. Grebenyuk), architecture (V. Kelyukh, A. Artemenko), visual art (D. Drozdovskyi, L. Kondratska), sculpture (Yu. Odrobinskyi). It is notified that the first Ukrainian author on the mentioned research topic is D. Drozdovskyi, whose publications appeared in 2013; similar articles were published only in 2017, most of them were edited in 2018, and later their number was less, increasing again in the 2020s.

Keywords: metamodernism; post-postmodernism; postmodernism; modernism; 2010s; Ukrainian scientists; cognition development



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318690

УДК 17.023.32:323.21(477)

ЦІННОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УТВЕРДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

В'ячеслав Кириленко

Кандидат філософських наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7413-8809

e-mail: public_admin@nubip.edu.ua

Для цитування:

Кириленко, В. (2024). Цінності державної політики утвердження української національної та громадянської ідентичності. *Питання культурології*, 44, 19–28. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318690>

Мета статті — проаналізувати суспільно-державні (національні) цінності «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність» як світоглядні засади державної політики утвердження національної та громадянської ідентичності. *Результати дослідження* засвідчили: безпековий та ідентичнісний виміри суспільного життя є взаємопов'язаними. Консолідацію суспільства, безпеку її громадян і стійкість держави забезпечує державна політика національної ідентичності. Ухвалений Верховною Радою України 13 грудня 2022 року Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження національної та громадянської ідентичності» визначив правову основу державної політики національної ідентичності. Прийняття зазначеного закону стало можливим унаслідок потужної консолідації українського суспільства навколо спільних колективних цінностей, які сформували аксіологічні підвалини державної політики утвердження української національної та громадянської ідентичності. Законом такі цінності визначені як суспільно-державні (національні). *Наукова новизна* дослідження полягає в аналізі ціннісних засад державної політики національної та громадянської ідентичності, основу якої формують поняття «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність». *Висновки*. Обґрунтовано взаємозв'язок безпекового та ідентичнісного вимірів суспільного життя, проаналізовано суспільно-державні (національні) цінності «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність», що згідно з законом є засадничими підвалинами державної політики ідентичності. Зазначено, що: 1) «соборність» є гранично важливим поняттям, яким закріплена єдність українських територій, 2) «самобутність» є ціннісним концептом, у якому зафіксована неповторність української національної ідентичності, 3) «воля» є наскрізною ціннісною домінантою колективної свідомості

© Кириленко В., 2024

Стаття надійшла до редакції: 02.08.2024

українського народу, 4) «гідність» є непорушною цінністю як громадянина, так і держави, вона мотивує людей до боротьби за свободу.

■ **Ключові слова:** українська національна ідентичність; соборність; самобутність; воля; гідність

■ Вступ

Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження національної та громадянської ідентичності» (далі — *Закон*) був ухвалений Верховною Радою України 13 грудня 2022 року вже під час повномасштабного російського вторгнення. До того в інформаційному просторі і загалом у суспільстві протягом десятиліть головним чином мали місце численні, понад усе політичні, дискусії, дебати, взаємопереконання та суперечки стосовно основних підходів до цієї політики та її ключових смислів. Законодавча та виконавча влада, особливо після початку російської агресії в Україні 2014 року, ухвалювала певні рішення у царині захисту та підтримки національної ідентичності. Ці рішення стосувалися захисту національного інформаційного телерадіопростору, українського книжкового ринку, гастрольного ринку, української мови як державної тощо. Однак ухвалення окремого профільного *Закону* стало можливим лише унаслідок потужної консолідації українського суспільства навколо спільних колективних цінностей, обумовлених спільністю національної та громадянської ідентичності. Варто наголосити: саме державна політика національної ідентичності забезпечує консолідацію суспільства, а значить стійкість управлінської системи та стійкість держави як такої, визначає доміанти культурно-мистецького середовища. Цінності, визначені як її основа, мають бути артикульовані, досліджені та популяризовані в освітньому, культурно-мистецькому та громадському секторі.

■ Аналіз попередніх досліджень

Увага наукової спільноти до вивчення сутнісних ознак української національної ідентичності значно зросла після повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Українська національна ідентичність в умовах російської агресії є предметом обговорення на сторінках англійськомовних наукометричних видань, зокрема розвідка В. Кулика (Кулик, 2024) про національну ідентичність українців в час новітньої російсько-української війни, опублікована у липні 2023 року, станом на липень 2024 року згадувалася в п'ятнадцяти інших публікаціях, схожі показники має й публікація О. Фоменко (Fomenko, 2023) про культурні символи та національну ідентичність, опублікована у вересні 2022 року (авторка також досліджує українську ідентичність у контексті війни). Вектор обговорення української національної ідентичності помітно змінився від початку повномасштабного вторгнення: від вивчення соціально-економічних проблем, які спричинили міграційні процеси, до досягнення сутнісних вимірів та ціннісних основ, що надають українцям сил протистояти ворогу та тримати оборону демократичних цінностей у світовій спільноті. Доктор філософських наук В. Крисаченко (2023) аналізує онтологічні підстави та сутнісні риси української ідентичності, академік І. Бех (2023) — її психологічні виміри. Окремі дослідження присвячені вивченню ба-

зових, концептуальних для її осягнення понять, зокрема, феномен соборності досліджує доктор історичних наук Т. Бевз (2023), національну самобутність (її значення для становлення української ідентичності) та європейський досвід розвитку національної самобутності — доктор історичних наук Г. Васильчук (Васильчук & Проноза, 2024), ідентичність в системі координат гідності — доктор філософських наук Л. Тарасюк (2023). Дослідники, зокрема І. Ящук та Н. Козакова (2023), зазначають, що цінності соборності, волі, гідності є засадничо важливими для виховання патріотизму, вивчають дієві педагогічні інструменти такої роботи. Науковці (К. Кириленко, 2022) висвітлюють досвід формування української ідентичності в закладах вищої освіти України (на прикладі Київського національного університету культури і мистецтв). Водночас аналіз концептуальних для української національної ідентичності понять (що визначені *Законом* як суспільно-державні цінності) як базових для формування державної політики утвердження української національної ідентичності не був предметом окремого наукового вивчення.

■ Мета статті

Метою статті є аналіз суспільно-державних (національних) цінностей «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність» як світоглядних засад державної політики утвердження української національної та громадянської ідентичності. Методологічна основа дослідження сформована поєднанням методів аналізу, спрямованого на вивчення законодавчої бази, та спостереження, на підставі якого розкрито соціокультурний контекст досліджуваних понять.

■ Результати дослідження

Події повномасштабного вторгнення засвідчили, що безпековий та ідентичнісний виміри у житті суспільства та державній політиці жорстко взаємопов'язані, національна ідентичність «забезпечує світоглядні підвалини безпеки суспільства — від фізичної безпеки громадянина до національної безпеки держави» (В. Кириленко, 2022, с. 35). Мотивація боротися за незалежність, суверенітет та територіальну цілісність якраз і обумовлена індивідуальним відчуттям причетності громадянина до нації, народу, суспільства, держави, рідної країни — тобто обумовлена причетністю до ширших, колективних, ідентичностей, якими у нашому випадку є національна та громадянська ідентичності. Відчуття цієї окремішності й диктує людям як громадянам своєї країни логіку індивідуальної боротьби за свій народ та свою державу. Такий стан речей визначає спроможність на державному рівні побудувати оборону, захиститися та відновити суверенітет і територіальну цілісність у повному обсязі. Саме тому безпековий та ідентичнісний виміри з огляду на обставини воєнного часу стали у житті суспільства та державному управлінні вкрай важливими, а по суті — панівними, позаяк саме ці виміри за умов російської агресії забезпечують у тому числі й фізичне виживання кожної родини, кожної людини, кожної громади, регіону та української держави у цілому. Тому вкрай важливо, щоб політика ідентичності припинила бути полем лише світоглядних суперечок та перемістилася у площину абсолютно предметно-практичних дій, оскільки у новому законодавстві (Верховна Рада

України, 2022) передбачені всі необхідні визначення, норми прямої дії і навіть конкретні та вимірювані критерії успішності політики національної та громадянської ідентичності.

Норми *Закону* (Верховна Рада України, 2022), окрім конкретних дій та управлінських рішень, до яких мають вдатися органи державної влади та місцевого самоврядування на його виконання, містять перелік та визначення цінностей (вони визначаються як суспільно-державні (національні) цінності), які для цілей здійснення державної політики національної та громадянської ідентичності є засадничими; водночас як аксіологічні домінанти вони формують світоглядні переконання, що вмотивовують культурно-мистецькі рефлексії.

Закон чітко визначає, що «суспільно-державні (національні) цінності України є концептуальною основою та консолідуючими чинниками утвердження української національної та громадянської ідентичності, фундаментом для гармонізації інтересів людини, забезпечення стабільності в суспільстві та сталого розвитку держави» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 2).

Державна політика ідентичності ґрунтується на спільних суспільно-державних (національних) цінностях. Цими цінностями є «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3).

Поняття «соборності» з погляду української державотворчої традиції, становлення нашої власної управлінської системи є гранично важливим. Ще від початку 90-х рр. минулого століття День Соборності 22 січня був непересічною подією, знаковим днем для багатьох українців, хоча й далеко не для всіх, оскільки лише невелика частина суспільства усвідомлювала значущість Соборності. Мало хто зчитував це явище й просто слово «соборність» як позначення єдності всіх українських земель, а значить всіх українських громадян — української політичної нації. Розуміння соборності все одно проторувало собі шлях до масової свідомості, хоч для цього й знадобилися десятиліття інтенсивних, подекуди безкомпромісних, суспільних дискусій. Законодавець, пропонуючи суспільству унормоване законом визначення соборності та спираючись на його підтримку, акцентує понад усе на єдності українських територій, на яких український народ (українська політична нація) створив (відновив) власну демократичну державу: «соборність — єдність, неподільність усіх територій України, духовна єдність українців, які проживають на території України, а також єдність усіх громадян України незалежно від національності та віросповідання, спрямована на утвердження справжнього суверенітету і незалежності України, побудову процвітаючої демократичної національної держави» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 1). Суспільству запропоноване саме те розуміння соборності, яке дало можливість українцям колективно вистояти, особливо у перші місяці повномасштабного вторгнення і тримати оборону своєї території дотепер, як спільної синергетичної сили усіх українських громадян, усіх українських регіонів, громад та територій, які єдині у сповідванні ключових державно-суспільних цінностей та спільному прагненні зберегти територіальну цілісність української держави.

Другою із передбачених *Законом* суспільно-державних цінностей є «самобутність». Самобутність законодавець розшифровує як «національну ідентичність, неповторність, оригінальність, які виявляються окремою особою чи гру-

пою осіб у ментально обумовленому художньо-мистецькому світосприйнятті, національно прийнятних способах спілкування, діяльності, поведінки. Самобутність українського народу визначається його історією, культурою, традицією та українською мовою» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 2). Слід наголосити, що в тексті *Закону* зафіксована важливість культурно-мистецького середовища для утвердження, пропагування та захисту націотворчих цінностей.

Третій ціннісний орієнтир, суспільно-державна цінність — воля. Але поняття «воля» вживається тут не в сенсі нашої індивідуальної волі як психологічної характеристики, притаманної більшою чи меншою мірою кожному із нас, «воля» розуміється як «героїка боротьби за незалежність України, прагнення до самостійності» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 3), яке проявлялося в ідеях та діях на всіх історичних етапах існування українського народу. Це «прагнення до самостійності» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 3) існувало навіть тоді, коли наша держава занепадала або латентно існувала за умов домінування іншої державної складової на своїй історичній території. Все одно було прагнення народу зберегти власну культуру, зберегти себе як ціле, як «культурну націю» (В. К.).

Згідно з ідеями німецького мислителя Ф. Майнеке (2000), нації поділяються на культурні та політичні (с. 504). Перші переймаються збереженням власних традицій, автентичності, мови, культурної самобутності. Як зауважує Ф. Майнеке (2000), «спільна мова, спільна література і спільна релігія — ось ті найважливіші і найдійовіші культурні скарби, які творять і згуртовують культурну націю» (с. 504). Однак згуртовують для того, щоб згодом вийти на рівень усвідомлення себе як нації політичної, сформулювати та проголосити ідеал власної політичної незалежності та створення суверенної держави. Щойно з'являються політичні лідери, які здатні артикулювати ці прагнення, культурна нація перетворюється на націю політичну і розпочинає усвідомлену, тривалу й здебільшого драматичну боротьбу за власну державну незалежність. Ф. Майнеке (2000) зазначає, що політичні нації «створює не тільки прагнення до самовизначення, а й ... політичне співіснування в одному державному об'єднанні, отже, повільне, вікове зростання» (с. 506). Такі періоди «співіснування» мали місце і в українській історії. Однак вони вирізнялися численними драматичними подіями протистоянь та повстань українського народу, опором окремих, найсміливіших, його представників та представниць, які й були уособленням волі українців до самостійного життя, а не співіснування у складі іншої держави у статусі або підлеглого або, як у російській імперії, неіснуючого народу.

«Воля» як наскрізна ціннісна домінанта присутня в колективній свідомості українського народу сотні років, протягом яких Україна боролася за відновлення суверенної держави. Прагнення досягнути цієї мети і є «проявом волі українського народу», «героїкою боротьби за незалежність України», «невпинним пошуком шляхів досягнення свободи», про які згадує законодавець, формулюючи поняття «волі» як основної суспільно-державної (національної) цінності українського народу (Верховна Рада України, 2022).

Четверта основна суспільно-державна цінність — це гідність. Гідність як «відстоювання своїх духовно-моральних і державницьких позицій, усвідомлен-

ня власної ваги та громадянського обов'язку у міжнародному співтоваристві» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 4). Права людини, свобода людини, гарантована цими правами, у сучасних демократіях є основою усіх взаємодій громадянина та суспільства. Громадянин прагне визнання своїх прав та їх реального підтвердження у повсякденному житті. Держава, що неспроможна забезпечити умови для такого підтвердження, ризикує втратити лояльність своїх громадян. Саме тому гідність людини та громадянина має бути непорушною цінністю і для самого громадянина, і для держави в особі як її найвищих обраних керівників, так і усіх публічних управлінців.

Американський філософ Ф. Фукуяма (2021), який доклав багато інтелектуальних зусиль для дослідження феномену людської гідності, стверджує, що «внутрішнє “я” — основа людської гідності» (с. 23). В основі його концепції гідності перебуває поняття «ізотимії» — прагнення кожного індивіда мати однакове визнання, бути однаково гідним, як усі інші члени суспільства, у якому він живе. Однак, зазначає філософ, «внутрішнє відчуття власної гідності прагне зовнішнього визнання» (Фукуяма, 2021, с. 23). Людині недостатньо лише самій цінувати саму себе, вона потребує позитивної оцінки з боку інших. «Самоповага постає з поваги інших», — пише американський мислитель (Фукуяма, 2021, с. 23). Цієї самоповаги людина не відчуває й тоді, коли належить до певної спільноти, групи, середовища, сповідує разом із ними спільну колективну ідентичність, а ця група зазнає переслідувань, зневаги чи принижень від інших груп, держави чи суспільства. Цією групою може бути ціла нація чи етнос, які сповідують власну національну ідентичність та борються за її вільний розвиток, прагнуть більшої свободи у своїй країні чи створення власної суверенної держави. «Відчуття скривдженості, — пише Ф. Фукуяма (2021), — породжує у згаданій групі потребу у тому, щоб її гідність було публічно визнано» (с. 20). Філософ зазначає: «Принижена група, яка прагне повернути втрачену гідність, має набагато більший емоційний вплив, ніж люди, які просто керуються економічною вигодою» (Фукуяма, 2021, с. 20). Звідси робимо висновок про взаємодію та взаємовплив індивідуальної та колективної ідентичностей, які, переплітаючись, є ключовим світоглядно-психологічним мотивом для людей боротися за власну гідність.

Українська історія рясніє прикладами боротьби українців за власну гідність — як індивідуальну, так і колективну, національну, які злилися для активного громадянина в одне вкрай важливе ціле. Один із таких прикладів так і самоозначений народом — Революція гідності. Власне, ті події новітньої історії є практичним відбитком теоретичного визначення гідності, яке й було запропоновано законодавцем у досліджуваному нами *Законі* як його норма і водночас як одна із ключових суспільно-державних (національних) цінностей, оскільки є очевидним, що суспільна активність громадян на Майдані й була концентрованим виявом «відстоювання своїх духовно-моральних і державницьких позицій, усвідомлення власної ваги та громадянського обов'язку у міжнародному співтоваристві» (Верховна Рада України, 2022, ст. 6, ч. 3, п. 4).

На утвердження, пропагування та захист визначених *Законом* суспільно-державних (національних) цінностей, як-то: «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність», — в умовах правового режиму воєнного стану спря-

мована не лише державна політика України, але й численні громадські та культурно-мистецькі ініціативи, активність яких від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну стрімко зростає та потреба яких як на лінії фронту, так і в тилу, була і лишається вкрай високою. Єдність українського суспільства у боротьбі з російським агресором, плідна взаємодія влади, громадського сектору, діячів сфери освіти, культури та мистецтва є свідченням консолідуючої сили, яку мають цінності української національної та громадянської ідентичності, визначені *Законом* як суспільно-державні цінності.

Висновки

Об'єднано взаємозв'язок безпекового та ідентичнісного вимірів суспільного життя та державної політики. Проаналізовано суспільно-державні (національні) цінності «соборність», «самобутність», «воля» та «гідність», що, згідно з *Законом*, є засадничими підвалинами державної політики ідентичності. Зазначено, що: 1) з погляду української державотворчої традиції «соборність» є гранично важливим поняттям, яким зафіксована єдність українських територій, на яких українська політична нація створила власну державу; 2) самобутність є ціннісний концепт, у якому зафіксована неповторність української національної ідентичності (він транслюється, зокрема, через культурно-мистецькі форми та наративи, якими утверджуються націотворчі цінності); 3) «воля» є наскрізною ціннісною домінантою колективної свідомості українського народу, мотиватором боротьби за створення суверенної держави; 4) непорушною цінністю як для громадянина, так і для держави є «гідність», основи якої сформовані прагненнями індивідів бути однаково поцінованими разом з іншими членами суспільства. Аргументовано взаємодію та взаємовплив індивідуальної та колективної ідентичностей, які, переплітаючись, є ключовим світоглядно-психологічним мотивом для людей боротися за власну гідність. Предметом подальшого аналізу має стати вивчення інших ціннісних домінант української національної ідентичності та їх впливу на формування державної політики утвердження української національної та громадянської ідентичності.

Список посилань

- Бевз, Т. (2023). Феномен соборності у науковому та політичному дискурсах. *Політичні дослідження*, 1(5), 7–35 <http://pd.ipiend.gov.ua/article/view/280380/274730>
- Бех, І. (2023, 23 листопада). Українська національна ідентичність у науково-психологічних координатах. В *Зростаюча особистість у смислоціннісних обрисах* [Матеріали конференції] (с. 28–34). НАІР.
- Васильчук, Г., & Проноза, Н. (2024, 9 березня). Європейські практики розвитку національної самобутності. В А. В. Череп, В. Г. Воронкова, Ю. В. Калюжна, О. Г. Череп, & С. М. Іванов (Ред.), *Європейський досвід управління персоналом та перспективи його імплементації в Україні* [Матеріали конференції] (с. 104–107). Запорізький національний університет.
- Верховна Рада України (2022, 13 грудня). *Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності* (Закон № 2834-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text>

- Кириленко, В. (2022). Національна ідентичність та її вплив на суспільну консолідацію і ефективність публічного управління. *Питання культурології*, 39, 32–39. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256898>
- Кириленко, К. (2022). Формування української ідентичності в процесі викладання курсу «Філософія» в закладі вищої освіти за умов воєнного стану. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 3, 10–15. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2022.266066>
- Крисаченко, В. (2023). Українська ідентичність: онтологічні підстави та сутнісні риси. *Вісник Науково-дослідного інституту українознавства*, 1, 6–21 [https://doi.org/10.30840/2786-8818.1\(1\).2023.291947](https://doi.org/10.30840/2786-8818.1(1).2023.291947)
- Майнеке, Ф. (2000). Загальний погляд на націю, національну державу і космополітизм (Ю. Бадзя, пер.). В О. Проценко, & В. Лісовий (Упоряд.). *Націоналізм* (с. 503–514). Смолоскип.
- Тарасюк, Л. (2023, 12–13 квітня). Ідентичність у системі координат гідності. В *Євроінтеграційні процеси в Україні: історичні, культурні, політико-правові та психологічні аспекти* [Матеріали конференції] (с. 66–70). Liha-Pres. <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/book/208>
- Фукуяма, Ф. (2021). *Ідентичність. Потреба в гідності й політика скривдженості* (Т. Сахно, пер.; 2-ге вид.). Наш формат. <https://nashformat.ua/pdf-preview/identychnist.-potreba-v-gidnosti-j-polityka-skryvdzhenosti-709373>
- Ящук, І., & Казакова, Н. (2023). Педагогічний інструментарій національно-патріотичного виховання. *Physical culture and sport: scientific perspective*, 1, 22–28. <https://doi.org/10.31891/pcs.2023.1.3>
- Fomenko, O. (2023). Brand new Ukraine? Cultural icons and national identity in times of war. *Place Branding and Public Diplomacy*, 19(2), 223–227. <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00278-y>
- Kulyk, V. (2024). National Identity in Time of War: Ukraine after the Russian Aggressions of 2014 and 2022. *Problems of Post-Communism*, 71(4), 296–308. <https://doi.org/10.1080/10758216.2023.2224571>

References

- Bekh, I. (2023, November 23). Ukrainiska natsionalna identychniist u naukovu-psykholohichnykh koordynatakh [Ukrainian national identity in scientific and psychological coordinates]. In *Zrostaivucha osobystist u smyslotsinnisnykh obrysakh* [Growing personality in the sense-value outlines] [Conference proceedings] (pp. 28–34). NAIR [in Ukrainian].
- Bevz, T. (2023). Fenomen sobornosti u naukovomu ta politychnomu dyskursakh [The phenomenon of unity in scientific and political discourses]. *Political Studies*, 1(5), 7–35 <http://pd.ipiend.gov.ua/article/view/280380/274730> [in Ukrainian].
- Fomenko, O. (2023). Brand new Ukraine? Cultural icons and national identity in times of war. *Place Branding and Public Diplomacy*, 19(2), 223–227. <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00278-y> [in English].
- Fukuiaama, F. (2021). *Identychnist. Potreba v hidnosti y polityka skryvdzhenosti* [Identity. The need for dignity and the politics of offense] (T. Sakhno, Trans.; 2nd ed.). Nash format. <https://nashformat.ua/pdf-preview/identychnist.-potreba-v-gidnosti-j-polityka-skryvdzhenosti-709373> [in Ukrainian].

- Krysachenko, V. (2023). Ukrainska identychnist: ontolohichni pidstavy ta sutnisni rysy [Ukrainian Identity: Ontological Foundations and Essential Features]. *Bulletin of Research Institute of Ukrainian Studies*, 1, 6–21 [https://doi.org/10.30840/2786-8818.1\(1\).2023.291947](https://doi.org/10.30840/2786-8818.1(1).2023.291947) [in Ukrainian].
- Kulyk, V. (2024). National Identity in Time of War: Ukraine after the Russian Aggressions of 2014 and 2022. *Problems of Post-Communism*, 71(4), 296–308. <https://doi.org/10.1080/10758216.2023.2224571> [in English].
- Kyrylenko, K. (2022). Formuvannia ukrainskoi identychnosti v protsesi vykladannia kursu "Filosofia" v zakladi vyshchoi osvity za umov voiennoho stanu [Formation of Ukrainian Identity in "Philosophy" Course Teaching in Tertiary Education Institution under Martial Law]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 3, 10–15. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2022.266066> [in Ukrainian].
- Kyrylenko, V. (2022). Natsionalna identychnist ta yii vplyv na suspilnu konsolidatsiiu i efektyvnist publichnoho upravlinnia [National identity and its influence on social consolidation and efficiency of public administration]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 32–39. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256898> [in Ukrainian].
- Maineke, F. (2000). Zahalnyi pohliad na natsiiu, natsionalnu derzhavu i kosmopolityzm [A general view of the nation, the nation-state and cosmopolitanism] (Iu. Badzia, Trans.). In O. Protsenko, & V. Lisovy (Comps.). *Natsionalizm* [Nationalism] (pp. 503–514). Smoloskyp [in Ukrainian].
- Tarasiuk, L. (2023, April 12–13). Identychnist u systemi koordynat hidnosti [Identity in the coordinate system of dignity]. In *Yevrointehratsiini protsesy v Ukraini: istorychni, kulturni, polityko-pravovi ta psykholohichni aspekty* [European integration processes in Ukraine: historical, cultural, political, legal and psychological aspects] [Conference proceedings] (pp. 66–70). Liha-Pres. <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/book/208> [in Ukrainian].
- Vasylchuk, H., & Pronoza, N. (2024, March 9). Yevropeiski praktyky rozvytku natsionalnoi samobutnosti [European practices of national identity development]. In A. V. Cherep, V. H. Voronkova, Yu. V. Kaliuzhna, O. H. Cherep, & S. M. Ivanov (Eds.), *Yevropeiskyi dosvid upravlinnia personalom ta perspektyvy yoho implementatsii v Ukraini* [European experience of personnel management and prospects for its implementation in Ukraine] [Conference proceedings] (pp. 104–107). Zaporizhzhia National University [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine (2022, December 13). *Pro osnovni zasady derzhavnoi polityky u sferi utverdzhennia ukrainskoi natsionalnoi ta hromadianskoi identychnosti* [On the basic principles of state policy in the field of strengthening Ukrainian national and civil identity] (Law No. 2834-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text> [in Ukrainian].
- Yashchuk, I., & Kazakova, N. (2023). Pedahohichniy instrumentarii natsionalno-patriotychnoho vykhovannia [Pedagogical toolkit of national-patriotic education]. *Physical Culture and Sport: Scientific Perspective*, 1, 22–28. <https://doi.org/10.31891/pcs.2023.1.3> [in Ukrainian].

VALUES OF STATE POLICY IN ESTABLISHING UKRAINIAN NATIONAL AND CIVIL IDENTITY

Vyacheslav Kyrylenko

*PhD in Philosophy, Associate Professor,
National University of Life
and Environmental Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine*

ORCID ID: 0000-0002-7413-8809

e-mail: public_admin@nubip.edu.ua

The aim of the article is to analyse social and state (national) values of “congregation”, “identity”, “will” and “dignity” as worldview principles of the governmental policy in establishing national and civil identity. *The results* indicate the following: security and identity dimensions of social life are interrelated. The consolidation of society, the safety of its citizens and the stability of the state is ensured by the governmental policy of national identity. The Law of Ukraine “On the Basic Principles of State Policy in the Sphere of Establishing National and Civil Identity”, adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine on December 13, 2022, defined the legal basis of the governmental policy in national identity. The adoption of the mentioned above law became possible as a result of the powerful consolidation of the Ukrainian society around common collective values, which formed axiological foundations of the state policy in establishing Ukrainian national and civil identity. These values are described by the Law as social and state (national) ones. *The scientific novelty* of the study grounds on the analysis of the value bases of the state policy in national and civil identity, the cluster of which is formed by the concepts of “congregation”, “identity”, “will” and “dignity”. *Conclusions.* Interrelations between the security and identity dimensions of social life are substantiated; social and state (national) values of “congregation”, “identity”, “will” and “dignity”, which according to the law are the fundamental foundations of state identity policy, are analysed. It is noted that: 1) “congregation” is an extremely important concept, which secures the unity of Ukrainian territories; 2) “identity” is a valuable concept in which the uniqueness of the Ukrainian national identity is highlighted; 3) “will” is a dominant value through the collective consciousness of the Ukrainian nation; 4) “dignity” is an inviolable value of both the state and its citizens, it motivates people to fight for their freedom.

Keywords: Ukrainian national identity; impartiality; identity; will; dignity



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318696

УДК 766.05:[7.011.2:655.3.066.24(091)(477)]:316.7

ДО ПИТАННЯ ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТА В УКРАЇНІ: ПЕРІОДИЗАЦІЯ, КЛЮЧОВІ ЕТАПИ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ

Юрій Сосницький

Кандидат мистецтвознавства, доцент,
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
Харків, Україна
ORCID ID: 0000-0003-2463-6903
e-mail: soyual@ukr.net

Для цитування:

Сосницький, Ю. (2024). До питання історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні: періодизація, ключові етапи та методологічні основи. *Питання культурології*, 44, 29–42. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318696>

Метою статті є з'ясування історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні, визначення його ключових етапів і методологічних основ. Результати дослідження. У статті проаналізовано основні етапи розвитку українського соціального плаката, що відображають різні історичні періоди — від радянської доби до сучасності. Поглиблений аналіз демонструє еволюцію художніх образів і символіки під впливом соціокультурних змін, особливу увагу приділено темам патріотизму, соціальної мобілізації, громадської активності та критичного осмислення соціальних проблем, що стали ключовими мотивами візуальної мови плакатів. Виявлено візуальні прийоми та художні рішення, які сприяють формуванню національної ідентичності, відображають суспільні запити, зумовлені історичними, соціальними й політичними трансформаціями, і впливають на формування громадянської свідомості. Наукова новизна. У статті висвітлено роль соціального плаката як жанру, що здатний акумулювати і транслювати культурно-історичні змісти через символічні образи. Уперше в рамках комплексного підходу представлено порівняльний аналіз різних художніх періодів і стилів плаката, що сприяє глибшому розумінню змін у репрезентації соціальних питань у візуальному мистецтві. Практичне значення роботи полягає в можливості застосування її результатів для подальшого розроблення методологічних засад соціального плаката та розширення наукових знань з питань розвитку художніх форм у соціально значимих візуальних комунікаціях. Висновки. Український соціальний плакат відображає суспільні цінності та ідеали, що змінювалися в різні історичні періоди, формуючи багатогранний художній образ, здатний до соціального впливу та підтримки національної ідентичності в умовах історичних викликів.

Ключові слова: еволюція художнього образу; соціальний плакат; національна ідентичність; візуальна семантика; історичний контекст; культурні символи

Вступ

Український соціальний плакат має глибоке історичне коріння, що починається з народних картин і переходить до формування власного жанру в розмаїтті благодійних плакатів перед революційним періодом в Україні. У ранніх творах, спочатку відомих як художні афіші, а пізніше — як плакати, втілювалися традиційні українські цінності: співчуття до потребуючих уваги суспільства (інвалідів, сиріт, жебраків, калік), патріотизм, турбота про тварин, захоплення дітьми, а також осуд аморальності та пороків. У минулому столітті плакат став надзвичайно популярним як засіб соціальної комунікації. У 1920-х роках графічний дизайн, зокрема плакатна графіка, відіграв важливу роль у формуванні радянського авангардного мистецтва та дизайну. Агітаційні та пропагандистські плакати відомих українських конструкторів стали еталоном світового дизайну.

Протягом останніх двох десятиліть ХХ ст. плакат став важливим інструментом для багатьох графічних дизайнерів, які використовували його для висловлення своєї громадянської позиції. У період перебудови плакат відіграв провідну роль, завдяки його здатності відображати дух часу та навіть передбачати майбутнє. Сучасний соціальний плакат постійно розвивається і розширює свої можливості; він, як інноваційний засіб комунікації, сприяє вирішенню соціальних проблем, актуальних для сучасної України.

Нинішні соціальні плакати є носіями нових ідей демократії, гуманізму й толерантності, а також відображають сучасні тенденції в суспільстві. Вони активно реагують на такі проблеми, як наркоманія, алкоголізм, зменшення народжуваності, становище інвалідів, загострення екологічної ситуації, національна ідентичність, а також пасивність і соціальна неактивність молоді. У сучасних умовах зростає потреба в глибокому науковому вивченні соціального плаката як засобу впливу на суспільні запити, що показав свою ефективність у минулому та залишається актуальним і в ХХІ ст. Сьогодні соціальний медіаплакат є важливим елементом сучасної медіа-культури: він використовується для впливу на громадську думку та формування свідомості через різноманітні медійні платформи, такі як телебачення, інтернет, соціальні мережі тощо. Медіаплакат відображає актуальні соціальні проблеми, спонукає до роздумів та дій і стає важливим інструментом для підтримки громадських ініціатив та розвитку соціального активізму.

Аналіз попередніх досліджень

Історія українського соціального плаката тісно пов'язана з еволюцією образотворчого мистецтва та графічного дизайну в Україні. Це питання має глибокі корені та досліджувалось на різних етапах розвитку українського мистецтва. Важомий внесок щодо розуміння української графіки ХХ ст. зроблено в п'яти томній праці «Історія українського мистецтва», де соціальний плакат розглядається як частина графічного мистецтва.

Так, у «Нарисах з історії українського дизайну ХХ століття» М. Яковлев (2012) підкреслює значення дизайну як важливого культурного чинника. О. Храмова-

Баранова (2006) аналізує розвиток плаката як однієї з популярних форм графічного дизайну та виділяє три періоди його еволюції: до Першої світової війни, до Другої світової війни та після 1945 р. Український плакат першої третини ХХ ст. став частиною мистецького контексту, де поєдналися загальноєвропейські та національні тенденції. Дослідження О. Лагутенко (2011) стверджує, що графіка цього періоду сприяла розвиткові концепції мистецтва, яка зберігала національну ідентичність.

Сучасний плакат, як об'єкт візуально-інформаційної культури, потребує аналізу з погляду етапів мистецтва — авангарду, модернізму, постмодернізму. Саме через ці етапи можна відстежити еволюцію українського плаката. О. Лагутенко (2011) підкреслює складність аналізу розвитку української графіки, що включає поєднання академізму, модерну, символізму та авангардних течій. Останні дослідження, присвячені візуальній культурі України, вивчають розвиток плаката як соціального інструменту в умовах політичних і суспільних змін. Дослідники сучасного українського соціального плакату аналізують його як інструмент ідентифікації та єднання українського народу, особливо в умовах війни. Зокрема, В. Косів (2018), В. Бистрякова та ін. (2016), Є. Гула та ін. (2023) акцентують увагу на значенні плаката як важливого елемента культурної самоідентифікації та консолідації. Такі науковці, як Н. Остапенко, М. Колосніченко, та Т. Луцкер (2022), розглядають плакат як комунікаційний елемент реклами, більше акцентуючи на різновидах плакатів та їхньому значенні в засобах масової комунікації.

Методологічні аспекти ефективності соціальної реклами висвітлюють Н. Склярєнко, О. Романюк та М. Колосніченко (2022), детально аналізуючи художні образи, що використовуються в рекламних кампаніях, та їхній вплив на сприйняття. А. Струс та О. Мельник (2023) досліджують комунікаційний потенціал соціального плаката в урбаністичному, предметно-просторовому та електронному середовищі, зазначаючи, що інноваційні методи формоутворення сприяють новітньому функціонуванню та популяризації плаката. В. Грищенко (2011) зосереджується на експозиційному аспекті плаката як виду графічного дизайну, наголошуючи на значенні сприйняття з відстані, гармонійній інтеграції плакатів у стилістику міського середовища та дотриманні принципів естетики, пропорцій та ергономіки. Дослідниця Ю. Петровська (2024) розглядає соціальний плакат як ефективний засіб комунікаційного дизайну в міському середовищі.

В усіх цих роботах окреслено основні етапи становлення українського соціального плаката та його особливості в різні періоди історії, включаючи досягнення радянського періоду, незалежної України, а також її сучасності. Проте комплексний огляд символічних і стилістичних змін у соціальному плакаті та їхнє значення для підтримки національної ідентичності залишаються повністю нерозкритими. Невирішеними є й питання методологічного аналізу та класифікації типологічних змін, що дає змогу дослідити, як соціальний плакат відповідає новим культурним запитам та адаптується до сучасних викликів.

■ Мета статті

Мета статті — з'ясування історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні шляхом здійснення періодизації його ключових етапів та ана-

лізу їхніх методологічних основ; визначення ролі соціального плаката як засобу суспільної комунікації та відображення ідеологічних, культурних і соціальних трансформацій у різні періоди історії України.

Для досягнення мети дослідження визначено три основні завдання:

- розглянути основні етапи розвитку українського соціального плаката, охарактеризувати їхні особливості та вплив історичних і соціокультурних змін на художній образ плакатів;
- виявити внесок окремих митців у формування стилістики й тематики українського соціального плаката, а також проаналізувати їхній вплив на ідеологічні та культурні процеси в суспільстві;
- обґрунтувати методологічні підходи — культурологічний, соціологічний, семіотичний — до аналізу художніх образів у соціальному плакаті та з'ясувати їхню значущість у дослідженні соціокультурних функцій плаката.

■ Результати дослідження

Художній образ у соціальному плакаті становить собою комплексне інтерпретативне поняття, що об'єднує візуальні й семіотичні елементи, спрямовані на створення емоційного, культурного та соціального впливу на глядача. Визначення художнього образу в контексті соціального плаката вимагає розгляду його функцій, елементів та відмінностей від інших видів візуального мистецтва. Насамперед варто наголосити, що художній образ у соціальному плакаті є важливим засобом комунікації, який передає певне повідомлення або ідею через використання зображень, тексту та графічних елементів; він позиціонується як ключовий елемент впливу на глядача та має на меті викликати певні реакції та переконання у співвітчизників.

Для того, щоб зрозуміти художній образ у соціальному плакаті, необхідно враховувати його специфічність: він часто характеризується простотою та виразністю, щоб бути доступним для широкої аудиторії та ефективно виконувати свою функцію спілкування. Художній образ у соціальному плакаті може мати різні форми вираження, включаючи графічні зображення, символіку, кольори, текст і композицію (Скляренко та ін., 2023), — ці елементи спільно створюють специфічний контекст, який допомагає відтворити ідею чи повідомлення, що має бути передане аудиторії.

У соціальному плакаті художній образ часто використовується для підкреслення певних соціальних, політичних чи екологічних проблем, а також для мобілізації аудиторії до дії або зміни. Він може бути символічним, метафоричним або прямим у своєму вираженні, залежно від мети та аудиторії, до якої він звертається. Значення художнього образу в соціальному плакаті полягає також у його здатності викликати емоційну реакцію та залучати увагу глядача. Він може стати потужним інструментом для стимулювання обговорення, зміни уявлень або навіть трансформації суспільного уявлення.

Соціальний плакат в Україні є не тільки мистецьким виразом, але й історичним свідцтвом про культурні й соціальні зміни, які пройшли країна протягом останніх століть. Перегляд історії та еволюції соціального плаката дає нам змогу зрозуміти не лише мистецькі та естетичні аспекти, але й політичні, соціальні

та культурні тенденції, що сформувалися в українському суспільстві. Для більш плідного аналізу треба роздивитись ключові етапи формування соціальних плакатів в Україні:

1. Початковий етап (кінець XIX – початок XX ст.)

Перші українські соціальні плакати з'явилися наприкінці XIX ст. Їхня тематика була пов'язана з актуальними на той час політичними та соціальними проблемами, такими як боротьба за українську незалежність, покращення життя селян, робітничий рух (Будник, 2015).

На естетику плакатів цього періоду вплинули два основних напрями: європейський модерн та українське народне мистецтво. Модерн приніс у плакат елегантність, динамізм і стилізацію, а народне мистецтво — орнаментальність, яскраві кольори та національний колорит.

Серед видатних українських художників-плакатистів цього періоду треба виділити:

1) Георгія Нарбута, який розробив оригінальний стиль, що поєднував українські народні мотиви з модерними формами. Плакати митця відзначалися чіткою композицією, витонченим шрифтом та лаконічними гаслами.

2) Олександра Хвостенко-Хвостова, який був відомий своїми сатиричними плакатами, де часто критикувався царський режим. Художник також створював плакати на тему військових облігацій та з інших пропагандистських цілей під час Першої світової війни.

3) Василя Кричевського, який використовував у своїх плакатах мотиви українського фольклору й народної казки, наділяючи їх декоративністю, яскравістю та гумором.

На початку XX ст. український соціальний плакат відображав дух революційних змін та ідеологічний пафос соціалізму. Зображення робітників, селян та політичних лідерів були популярними мотивами, спрямованими на мобілізацію мас на користь соціалістичної ідеї.

Ці твори не лише відображали політичні та соціальні погляди свого часу, але й слугували засобом мобілізації суспільства до дії. Плакати Георгія Нарбута здебільшого відображали бажання національної самосвідомості та незалежності, привертаючи увагу до ключових проблем українського суспільства. Інші художники, такі як Олександр Мурашко та Василь Кричевський, також відігравали важливу роль у формуванні національного художнього канону та спонуканні до дії серед населення. Завдяки роботам цих художників український плакат став важливим засобом комунікації та мистецьким об'єктом, який міг впливати на маси та формувати громадянську позицію. Творчість цих митців відобразила не лише різноманіття художніх стилів, але й багатшарову природу українського суспільства та його боротьбу за ідентичність і свободу. Протягом цього періоду український плакат став символом національного відродження та протистояння зовнішнім і внутрішнім тискам, що сприяло формуванню української ідентичності й патріотизму.

З часом українські соціальні плакати стали не лише засобом політичної пропаганди, а й важливим артефактом культурного життя того часу: вони відображали не лише прагнення до незалежності, але й соціальну справедливість,

боротьбу за права працівників та покращення умов життя селян. Такий художній вираз став способом не лише відображення суспільних проблем, але й стимулом до їхнього вирішення.

Завдяки розвитку технологій друкарства та розповсюдженню масових засобів інформації українські плакати стали доступнішими для широкої аудиторії. Вони долучилися до формування культурного обличчя України та сприяли зближенню нації в боротьбі за свої права та ідентичність (Голубець, 2022). Саме українські соціальні плакати цього періоду залишили незабутні сліди в історії мистецтва та суспільства загалом, нагадуючи про важливість боротьби за свободу і справедливість. Плакатна спадщина означеного часу продовжує надихати наступні покоління художників та активістів на шляху до кращого й справедливого світу.

2. Радянський період (1920–1991)

Плакати цього періоду мали чітко визначену стилістику, що відповідала принципам соціалістичного реалізму. Їх характеризували:

- ідеалізація дійсності: радянський плакат зображував життя населення в позитивному світлі, підкреслюючи досягнення влади та щасливе життя радянських людей;
- просте й зрозуміле композиційне рішення: плакати мали бути зрозумілими для людей з різним рівнем освіти, тому їхня композиція була чіткою та лаконічною;
- використання яскравих кольорів і контрастів: плакати відзначалися насиченою кольоровою гамою, що робило їх помітними та привабливими;
- пафосні гасла й лозунги: плакати містили заклики до трудових подвигів, боротьби з ворогами, до дотримання радянських норм життя.

Серед знакових українських художників-плакатистів радянського періоду треба виділити:

1. Георгій Якутович, який був одним із основоположників українського радянського плаката; його роботи відзначалися монументальністю, динамізмом та емоційністю.

2. Василь Касіян — український художник-графік, який створював плакати, а також ілюстрації і станкові твори. Роботи митця вирізняються чіткими лініями та яскравими кольорами, майстерним використанням сатиричних і гротескних образів, гостротою та злободенністю. Художник був автором численних агітаційно-масових плакатів, які закликали до трудових подвигів та боротьби з ворогами.

3. Анатолій Базилевич — один із найвідоміших українських плакатистів, автор оптимістичних плакатів на теми миру, дружби народів, космонавтики, який використовував лаконічні образи та гумор.

4. Віктор Іванов — майстер сатиричного плаката, який викривав у своїх роботах бюрократію, міщанство, порушення екології, використовуючи при цьому гротеск, алегорію та гостру сатиру.

За всієї урбаністичної спрямованості радянської пропаганди, плакати виконували важливу функцію підтримки ідей соціалістичного реалізму та мобілізації мас. Їхній вплив виходив далеко за межі художніх спілок і студій, проникаючи

в повсякденність людей через завішування на вулицях, в установах, на робочих місцях, що робило їх універсальним інструментом ідеологічної агітації.

Радянські плакати, з одного боку, змальовували мирну картину життя, в якій всі мають рівні можливості та насолоджуються благами соціалістичного суспільства, а з іншого — вони використовувались для мобілізації до боротьби з ворогами (зовнішні агресори, внутрішні «класові вороги»). Такі плакати були сповнені пафосних гасел і закликів до героїчних подвигів на шляху до побудови соціалізму/комунізму.

Водночас плакати слугували інструментом ідентифікації та маніпуляції з колективною свідомістю: вони створювали образи й стереотипи, формували уявлення про «правильний» спосіб життя і ставлення до влади. Ідеологічна лінія радянських плакатів була чіткою й однозначною, а їхні автори — художники, які працювали в межах затвердженої партією державної ідеології. Плакат радянського періоду відіграв роль не лише мистецького артефакту, але й потужного інструменту політичної та ідеологічної пропаганди, що впливав на свідомість та уявлення мільйонів людей.

У період радянської влади плакат став невід'ємною частиною пропагандистського механізму. Він не лише ілюстрував певні ідеологічні принципи, а й відображав зміни в культурі та мистецтві. Героїчний образ пролетаріату та ідея будівництва соціалізму/комунізму в цей період домінували.

3. Перебудова та незалежність (1991– дотепер)

Після розпаду СРСР український соціальний плакат пережив період відродження: відійшли в минуле ідеологічні догми; тематика плакатів стала різноманітнішою; з'явилися нові жанри, такі як сатиричний та політичний плакат.

Важливу роль у розвитку українського соціального плаката цієї доби відіграли такі художники:

1. Олександр Кононенко — автор численних сатиричних та політичних плакатів, які гостро критикуються соціальні й політичні проблеми українського суспільства.

2. Володимир Юрчишин, який створює плакати на теми екології, прав людини, антивоєнні плакати.

3. Антон Єрмоленко — автор плакатів на теми соціальної реклами, де пропагується здоровий спосіб життя, толерантність, взаємоповага.

4. Надія Хоменко, яка створює плакати на теми гендерної рівності, захисту прав дітей, боротьби з дискримінацією.

Кожен художник-плакатист зробив свій важливий внесок у розвиток українського/радянського плаката. Наприклад, твори Г. Якутовича, позначені монументальністю та емоційністю, передавали героїчний образ трудящого люду, підкреслюючи його важливу роль у будівництві соціалізму. Такі плакати допомагали створювати позитивний образ радянської реальності, спонукаючи до самопожертви й трудового подвигу. З іншого боку, творчість А. Страхова характеризувалася використанням сатиричних та гротескних образів; плакати митця часто відображали суперечності та недоліки радянського суспільства, нагадуючи про потребу постійного самокритичного підходу до будівництва комуністичного ідеалу. В. Касян своїми агітаційно-масовими плакатами надихав населення на

досягнення нових висот у трудових зусиллях та боротьбі з ворогами революції; твори художника активно підтримували ідею класової боротьби й підкреслювали важливість мобілізації та об'єднання трудящих на шляху до соціалістичної перебудови. М. Божий своїми плакатами звертав увагу на важливість освіти, культури та охорони здоров'я для успішного будівництва соціалістичного суспільства, відображаючи своїми творами наукові й технічні досягнення, а також акцентували увагу на важливості розвитку людини як інтелектуальної та фізичної сутності.

Під час «застою» український соціальний плакат пройшов через етап стилістичних і тематичних змін. Художники стали більш експериментальними у використанні форми та в зображенні, а також у виборі тем. Розпад СРСР і незалежність України відкрили нові можливості для соціального плаката. Нинішні плакати більше спрямовані на висвітлення проблем сучасного суспільства, таких як корупція, права людини, екологічні проблеми та ін.

Сьогодні соціальний плакат залишається потужним інструментом впливу на суспільну свідомість. Із появою Інтернету та соціальних медіа, плакати стали більш доступними й широко розповсюдженими. Соціальний плакат в Україні розвивається в різноманітних формах і стилях, що відображають культурний контекст та ідеологічні переконання кожного історичного періоду.

Ранні соціалістичні плакати відзначалися яскравими кольорами, простими формами та сміливими графічними зображеннями, що відображали важливі соціальні й політичні ідеї. У добу радянської влади спостерігалось переважання плакатів, які прославляли подвиги робітничого класу, колективізацію сільського господарства та інші досягнення соціалізму. У період «застою» художники почали використовувати більш абстрактні та символічні зображення, що відображали складність сучасного життя та соціальні проблеми (Косів, 2017). Сучасні плакати відзначаються, зокрема, більшою свободою та різноманітністю стилів, від арт-нуво до мінімалізму, а також акцентують увагу на актуальних питаннях сьогодення, таких як екологія, гендерна рівність та боротьба з корупцією.

Соціальний плакат завжди був засобом політичної пропаганди, відображаючи політичні погляди та ідеологічні переконання своїх творців. У період радянської влади плакати були інструментом контролю й масової мобілізації населення на підтримку радянської ідеології та партійної лінії. У сучасному контексті соціальний плакат сприймається як засіб громадської активності та протесту, відображаючи різноманітні погляди й позиції різних соціальних груп.

Із розвитком технологій та зростанням впливу Інтернету соціальний плакат став доступнішим та розповсюдженим мистецьким жанром. Сучасні художники використовують цифрові технології, соціальні мережі та мультимедійні платформи для створення й поширення своїх творів, що розширює аудиторію та підвищує ефективність комунікації.

Соціальний плакат в Україні продовжує залишатися живим та актуальним мистецьким жанром, який відображає культурні, політичні й технологічні зміни в суспільстві. Він є не лише важливим складником культурної спадщини, але й могутнім засобом впливу на суспільну свідомість і формування громадянської позиції.

Отже, художній образ у соціальних плакатах є потужним засобом соціальної комунікації, здатним не лише відобразити культурні й політичні зміни, а й позначитися на них, зокрема через емоційний, культурний і символічний вплив на аудиторію. Історичний розвиток українського соціального плаката відображає соціокультурні трансформації країни, а його значення залишається важливим у створенні й підтримці національної ідентичності і суспільної самосвідомості.

Таким чином, культурологічний, соціологічний і семиотичний підходи до аналізу художнього образу в соціальному плакаті взаємодоповнюють один одного, розкриваючи і культурні й соціальні смисли, і символічні аспекти, що формують зміст соціального послання. У сукупності ці методологічні підходи дають змогу дослідити художній образ не лише як елемент візуального мистецтва, але і як важливий засіб соціальної комунікації, здатний впливати на суспільну свідомість та формувати ставлення до певних соціальних проблем.

Методологічні підходи до аналізу художнього образу в соціальному плакаті: культурологічний, соціологічний, семиотичний.

Методологічний аналіз художнього образу в соціальному плакаті можна здійснити на основі культурологічного, соціологічного та семиотичного підходів. Це дає змогу глибше зрозуміти зміст, природу та функцію цих образів у соціальній комунікації. Культурологічний підхід до аналізу дозволяє бачити плакат як феномен, що втілює та відображає соціокультурні норми, цінності й історичні умови певного часу й простору. Розвиток культурології зумовив вагомий внесок у гуманітарні науки, адже він дозволяє в новому, розширеному контексті розглядати класичні категорії культури й суспільства. Масштаб культури розкриває особливу значущість феноменів, яким притаманний тривалий вплив і здатність відображати зміни в культурних процесах. У цьому сенсі культурологічний метод дає змогу зіставити художній образ із категорією соціального часу, що є важливим для розуміння соціальної еволюції суспільства та її впливу на мистецькі форми.

Соціальні процеси розвиваються не рівномірно, а з різною інтенсивністю та швидкістю, що дозволяє проаналізувати вплив темпів соціального розвитку на художні образи, зокрема в соціальних плакатах. Життя художнього образу в соціальному часі є багатограним й має свою динаміку, змінюючись під впливом культурних, соціальних і політичних умов. У соціальних плакатах, зокрема тих, подекуди, відображено намагання культурної системи передати певні соціальні установки, цінності та етичні норми. На таких плакатах зображення мають силу впливу на суспільну свідомість, адже вони звертаються до загальнолюдських цінностей. Художній образ у цьому контексті стає відображенням соціального часу, вписаним у рамки конкретної культурної традиції, зокрема української естетики, яка визначає особливості існування художніх образів у культурному просторі.

Соціологічний підхід до дослідження художнього образу соціального плаката зосереджується на його впливі на соціальну структуру, зокрема на процеси соціальної взаємодії та суспільної комунікації. Цей підхід дозволяє аналізувати плакат як інструмент формування соціальних установок. Плакати, що мають привертати увагу суспільства, не тільки виконують комунікативну функцію, але й виступають посередниками між культурою та соціальними процесами, що сприяє розумінню того, як соціальні проблеми відображаються в мистецьких

формах. Соціальні проблеми віддзеркалюються через художні образи, підкреслюючи актуальні питання суспільства.

Семіотичний підхід дає змогу розглядати плакат як систему знаків і символів, що формують зміст і значення через сукупність зображальних елементів. У контексті соціального плакату семіотичний підхід дозволяє розуміти, як знакові елементи, такі як кольори, форми та символічні зображення, передають ідеї комфорту та безпеки, а також соціальні й етичні цінності суспільства. Це надає соціальному плакату глибшого сенсу, адже семіотичні елементи створюють візуальну мову, зрозумілу на підсвідомому рівні, що підсилює сприйняття та емоційний відгук.

■ Висновки

Історичний розвиток українського соціального плакату відображає низку етапів, кожен з яких формувався під впливом конкретних соціокультурних умов. Ранні радянські плакати, спрямовані на утвердження ідеалів колективізації та соціалістичного будівництва, відзначалися яскравою палітрою, простотою форм і зверненням до символіки, яка пропагувала героїзм робітничого класу. Період «застою» ознаменувався появою абстрактних образів, що рефлексували соціальні проблеми, а сучасний етап демонструє різноманітність стилів і тем, акцентуючи увагу на актуальних соціальних питаннях, таких як екологія, права людини, боротьба з корупцією.

Українські митці зробили значний внесок у розвиток соціального плакату, що сприяв формуванню національної ідентичності та суспільної свідомості. Роботи таких художників, як Г. Якутович, В. Касіян, А. Єрмоленко та Н. Хоменко, відображають і традиційні для радянського періоду ідеали, і сучасні соціальні проблеми. Плакати майстрів використовують різні стилістичні прийоми — від монументальності та героїзації до сатири й гротеску — для передавання суспільних настанов і формування культурних цінностей.

Методологічні підходи до аналізу соціального плакату дають змогу глибше розкрити його культурне значення та соціальну функцію. Культурологічний підхід розглядає плакат як відображення цінностей конкретної епохи та суспільного укладу, соціологічний підхід підкреслює його роль у формуванні соціальної структури і комунікації, а семіотичний аналіз сприяє розглядові плаката як системи знаків і символів, що на підсвідомому рівні передають важливі соціальні послання. У цілому ці методи розширюють розуміння соціального плаката як багатогранного мистецького жанру, здатного впливати на суспільну свідомість та формувати громадянську позицію.

■ Список посилань

- Бистрякова, В., Осадча, А., & Гула, Є. (2016). Плакат - як засіб соціальної реклами. *Вісник Львівського університету. Серія мистецтвознавство*, 17, 69–77. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6110/1/20170503_301.pdf
- Будник, А. В. (2015). Формування національної специфіки українського видовищного плакату кінця XIX – першої третини XX століть. *Мистецтвознавчі записки*, 28, 152–160.

- Голубець, О. (2022). *Українське мистецтво ХХ століття*. Колір ПРО. https://manusbook.com/9086_Ukrainian_Art
- Грищенко, В. В. (2011). Особливості дизайну в мистецтві плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 6, 138–140.
- Гула, Є. П., Трикозенко, А., & Масич, І. (2023, 27 квітня). Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни. В *Актуальні проблеми сучасного дизайну* [Матеріали конференції] (Т. 2, с. 62–64). Київський національний університет технологій та дизайну.
- Косів, В. М. (2017). Оп арт в українському радянському плакаті: абстракція і національна ідентичність. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 6, 46–53.
- Косів, В. М. (2018). Український радянський плакат 1945–1989 рр.: стилістичні зміни національної ідентифікації. *Мистецтвознавчі записки*, 34, 89–95. <https://doi.org/10.32461/2226-2180.34.2018.191125>
- Лагутенко, О. А. (2011). *Українська графіка ХХ століття*. Грані-Т.
- Остапенко, Н. В., Колосніченко, М. В., & Луцкер, Т. В. (2022). Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). В М. В. Колосніченко (Ред.), *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі* (с. 212–226). Київський національний університет технологій та дизайну. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf
- Петровська, Ю. (2024). Соціальний плакат як засіб комунікаційного дизайну в міському середовищі. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 73(3), 75–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-3-11>
- Скляренко, Н. В., Колосніченко, О. В., Єжова, О. В., Чупріна, Н. В., Струмінська, Т. В., & Лю, Х. (2023). Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and Design*, 3, 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10>
- Скляренко, Н., Романюк, О., & Колосніченко, М. (2022). Сторітелінг у дизайні візуальних комунікацій: методи побудови динамічного сюжету. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 54(2), 102–108. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/54-2-15>
- Струс, А., & Мельник, О. (2023). Плакат як засіб комунікації у контексті воєнних подій ХХ ст. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 70(2), 107–112. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-14>
- Храмова-Баранова, О. Л. (2006). Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у ХХ ст. та його періодизація. *Наукові праці. Історичні науки*, 48(35), 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/48-35-25.pdf>
- Яковлев, М. І. (Ред.). (2012). *Нариси з історії українського дизайну ХХ століття*. Фенікс. https://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor_design_text.pdf

References

- Budnyk, A. V. (2015). Formuvannia natsionalnoi spetsyfiky ukrainskoho vydovyshchnoho plakatu kintsia XIX - pershoi tretyny XX stolit [Formation of national specifics of the Ukrainian spectacular Poster at the end of 19th - the first third of the 20th century]. *Notes on art criticism*, 28, 152–160 [in Ukrainian].

- Bystriakova, V., Osadcha, A., & Hula, Ye. (2016). Plakat - yak zasib sotsialnoi reklamy [Poster as a means of social advertising]. *Bulletin of the Lviv University. Series of Arts Studies*, 17, 69–77. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6110/1/20170503_301.pdf [in Ukrainian].
- Holubets, O. (2022). *Ukrainske mystetstvo XX stolittia* [Ukrainian art of the twentieth century]. Kolir PRO. https://manusbook.com/9086_Ukrainian_Art [in Ukrainian].
- Hryshchenko, V. V. (2011). Osoblyvosti dyzainu v mystetstvi plakata [Features of design in poster art]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 6, 138–140 [in Ukrainian].
- Hula, Ye. P., Trykozenko, A., & Masych, I. (2023, April 27). Rol i rozvytok suchasnoho ukrainskoho plakatu v umovakh viiny [The role and development of the modern Ukrainian poster in wartime]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* [Actual problems of modern design] [Conference proceedings] (Vol. 2, pp. 62–64). Kyiv National University of Technologies and Design [in Ukrainian].
- Khramova-Baranova, O. L. (2006). Deiaki storinky istorii rozvytku hrafichnoho dyzainu v Ukraini u XX st. ta yoho periodyzatsiia [Some pages of the history of graphic design development in Ukraine in the twentieth century and its periodization]. *Naukovi pratsi. Istorychni nauky*, 48(35), 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpracil/history/2006/48-35-25.pdf> [in Ukrainian].
- Kosiv, V. M. (2017). Op art v ukrainskomu radianskomu plakati: abstraktsiia i natsionalna identychnist [Op Art in Soviet Ukrainian Poster: Abstraction and National Identity]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 6, 46–53 [in Ukrainian].
- Kosiv, V. M. (2018). Ukrainskyi radianskyi plakat 1945–1989 rr.: stylistychni zminy natsionalnoi identyfikatsii [Soviet Ukrainian Poster from 1945–1989: Stylistic Changes of National Identification]. *Notes on art criticism*, 34, 89–95. <https://doi.org/10.32461/2226-2180.34.2018.191125> [in Ukrainian].
- Lahutenko, O. A. (2011). *Ukrainska hrafika XX stolittia* [Ukrainian graphics of the 20th century]. Hrani-T [in Ukrainian].
- Ostapenko, N. V., Kolosnichenko, M. V., & Lutsker, T. V. (2022). Suchasnyi plakat yak riznovyd reklamy: vydy ta formaty nosiiv v riznykh kanalakh komunikatsii (na prykladi adaptivnoho dyzainu plakata) [Modern poster as a variety of advertising: types and formats of media in different communication channels (on the example of an adaptive poster design)]. In M. V. Kolosnichenko (Ed.), *Hrafichnyi dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori* [Graphic design in the information and visual space] (pp. 212–226). Kyiv National University of Technologies and Design. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf [in Ukrainian].
- Petrovska, Yu. (2024). Sotsialnyi plakat yak zasib komunikatsiinoho dyzainu v miskomu seredovyschi [Social poster as a means of communication design in the urban environment]. *Current Issues of the Humanities*, 73(3), 75–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-3-11> [in Ukrainian].
- Skliarenko, N. V., Kolosnichenko, O. V., Yezhova, O. V., Chuprina, N. V., Struminska, T. V., & Liu, Kh. (2023). Rozrobka reklamnoho plakatu yak aktualnoho zasobu adaptivnoi vizualizatsii sotsialnykh problem [Development of an Advertising Poster as a Current Means of Adaptive Visualization of Social Problems]. *Art and Design*, 3, 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10> [in Ukrainian].

- Skliarenko, N., Romaniuk, O., & Kolosnichenko, M. (2022). Storitelinh u dyzaini vizualnykh komunikatsii: metody pobudovy dynamichnoho siuzhetu [Storytelling in visual communication design: the methods of dynamical plot creation]. *Current Issues of the Humanities*, 54(2), 102–108. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/54-2-15> [in Ukrainian].
- Strus, A., & Melnyk, O. (2023). Plakat yak zasib komunikatsii u konteksti voiennykh podii KhKh st. [Poster as a means of communication in the context of military events of the 20th century]. *Current Issues of the Humanities*, 70(2), 107–112. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-14> [in Ukrainian].
- Yakovliev, M. I. (Ed.). (2012). *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu XX stolittia* [Essays on the history of Ukrainian design of the twentieth century]. Feniks. https://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor_design_text.pdf [in Ukrainian].

TO THE QUESTION OF THE HISTORY OF THE ARTISTIC IMAGE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL POSTER IN UKRAINE: PERIODISATION, KEY STAGES AND METHODOLOGICAL BASIS

Yurii Sosnytskyi

*PhD in Art Studies, Associate Professor,
O. M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv,
Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-2463-6903
e-mail: soyual@ukr.net*

The aim of the article is to study the history of the artistic image development of the social poster in Ukraine, as well as to identify its key stages and methodological foundations. *Results.* The article analyses main development stages of the Ukrainian social poster, reflecting different historical periods, from the Soviet era to the present. An in-depth analysis presents the evolution of artistic images and symbolism under the influence of socio-cultural changes. Special attention is paid to the issues of patriotism, social mobilisation, civic engagement and critical reflection of social problems, which have become central motifs in the visual language of posters. Visual techniques and artistic choices that contribute to forming a national identity, demonstrate social demands caused by historical, social and political transformations, and also influence the civic consciousness modelling, are identified. *Scientific novelty.* In this study, the role of the social poster as a genre capable of accumulating, transmitting cultural and historical content through symbolic images is highlighted. For the first time, a comparative analysis of different artistic periods and styles of the poster is presented within a comprehensive approach framework. This contributes to a deeper understanding of changes in representing social issues in visual art. The practical significance of this research lies in the possibility of applying its results for the further development of methodological principles of the social poster, and expansion of scientific knowledge on the issues of artistic form development in socially significant visual communications. *Conclusions.* The Ukrainian social poster reflects

social values and ideals that have transformed over different historical periods, creating a multifaceted artistic image capable of social influence and support of the national identity in conditions of historical challenges.

■ **Keywords:** evolution of the artistic image; social poster; national identity; visual semantics; historical context; cultural symbols



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318700

УДК 316.48:008]"364":[316.7:159.922.4(=161.2)

КУЛЬТУРНИЙ КОНФЛІКТ ПІД ЧАС ВІЙНИ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ДИСКУРС УКРАЇНСЬКОГО ОПОРУ

Інна Шевель

Кандидат соціологічних наук, доцент,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-6387-2506

e-mail: shevelinna@ukr.net

Для цитування:

Шевель, І. (2024). Культурний конфлікт під час війни: соціокультурний дискурс українського опору.

Питання культурології, 44, 43–53. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318700>

Метою статті є вивчення соціокультурного дискурсу в умовах культурного конфлікту, що зумовлений вторгненням росії на територію України, між «добром», який позиціонує Україна, і «злом», що йде від росії, та осмислення способів збереження української самобутньої культурної ідентичності, культурної політики, культурного простору в протидії росії загалом. *Результати дослідження*. В умовах російсько-української війни дослідження культурного конфлікту загострює соціокультурний дискурс опору України, яка цілеспрямовано й наполегливо активізує питання збереження культурної ідентичності, зокрема в публічних акціях, благодійних концертах, виставках, медійному просторі й соціальних мережах. Основою вітчизняного соціокультурного дискурсу опору є ідеологічна платформа, яка об'єднує суспільство проти російської агресії, згуртування українських митців, науковців (культурологів, мистецтвознавців та ін.), культурних діячів та громадян у цілому. Ця платформа популяризує національні цінності та ідею соціальної єдності через активізацію культурних проєктів, які спрямовані на розповсюдження знань про українську культуру, історію, мову, звичаї, традиції (особливо серед молоді). Українське суспільство активніше спрямоване на руйнування негативних стереотипів і пропаганди, зміцнення національного духу. *Наукова новизна* дослідження полягає у вивченні механізмів, культурних та ідеологічних факторів, зокрема в розвитку національної ідентичності у формуванні культурного конфлікту під час війни. *Висновки*. Культура відіграє ключову роль у формуванні національної самосвідомості й посиленні опору. Вона демонструє здатність української спільноти протистояти нав'язаній культурній асиміляції. Культурна ідентичність є важливим чинником, який сприяє соціальній згуртованості та мобілізації в боротьбі проти російської агресії. В умовах війни українська культура набуває нових форм і засобів.

© Шевель І., 2024

Стаття надійшла до редакції: 08.09.2024

Ключові слова: культурний конфлікт; соціокультурний дискурс; український опір; національна ідентичність; культурна політика

Вступ

Проблема збереження української культури та її трансформації сьогодні є надзвичайно актуальною. Сотні років російська агресія спрямовує свої зусилля на боротьбу проти української історії й культури — знищення знакових особистостей науки, літератури, мистецтва, музеїв, бібліотек тощо, руйнування закладів культури, пам'ятників, культурної спадщини загалом, але особливою жорстокістю проявляється з початку повномасштабного вторгнення.

Напад росії на Україну лише прискорив європейську спрямованість розвитку української культури XXI ст., посилив рух декомунізації, який прийшов на зміну старим радянським парадигмам. Ідеологічні зміни в культурному конфлікті легко звільнили суспільство від прив'язування до російсько-радянських орієнтирів, а відтак вітчизняна культура перейшла до власного виробництва україномовного культурного продукту, що в умовах війни набуває потужного розвитку (Filimonova-Zlatohorska et al., 2023).

Культура — це інший фронт, на якому теж треба воювати проти культурного знищення України з боку росії, яка не вважає її окремою унікальною державою, а відтак — погроз стерти українську державність і українську самобутню культуру з лиця землі. Водночас, за спостереженнями американського письменника, видавця й правозахисника Дейва Егґерса, сьогоднішній світ дуже зацікавлений українською культурою, яка має унікальну можливість розвиватися і привертати увагу світу до України (Сисак, 2022).

Аналіз попередніх досліджень

Вивчення культурного конфлікту під тиском агресивної пропаганди з боку росії крізь призму соціокультурного дискурсу має місце в багатьох працях науковців, письменників, літераторів, культурологів, мистецтвознавців, серед яких фундатори науки про культуру: Михайло Грушевський (1921), Степан Рудницький (1923), Іван Огієнко (1991), Микола Хвильовий (1926), Сергій Кримський (1998), Вілен Горський (2001) та ін. Вагомий внесок у висвітлення цієї теми зробили також сучасні науковці-дослідники, зокрема Оксана Забужко (2005), яка в своїх роботах глибоко аналізувала питання ідентичності й культурної спадщини України в різні історичні періоди (постколоніальний, пострадянський досвід). У публікаціях цієї письменниці й науковиці розкрито підґрунтя викликів, які постали перед українським суспільством у збереженні національної ідентичності від тиску агресора. Також віднесемо праці Мирослава Поповича (2011), який приділяв увагу питанням української національної ідентичності, культурних кодів та культурного спротиву в контексті історичного розвитку, які сьогодні відіграють вирішальну роль у суспільній консолідації. Наталія Яковенко досліджує культурну спадщину та історичну пам'ять про минулі конфлікти та її вплив на сучасне українське суспільство як важливий елемент сучасного соціокультурного дискурсу (Гривінський, 2017). Також вивчення процесу загальноцивілізаційного поступку в процесі культурної складової свої наукові доробки

мають Ю. Богуцький, В. Андрущенко, Ж. Безвершук та Л. Новохатько (2007) та ін. Серед науковців-соціологів, які цікавляться аспектами культурології, варто згадати таких, як Євген Головаха (Ткачук, 2022) та Юрій Саєнко (2015), які досліджують соціокультурну динаміку в умовах кризових ситуацій, зокрема під час конфліктів.

Серед зарубіжних науковців до проблеми культурного конфлікту звертали-ся Л. Козер (Coser, 1956), К. Гірц (Geertz, 1973), Е. Саїд (Said, 2013), П. Бурд'є (Bourdieu, 1985), С. Гантінгтон (Huntington, 1996) та ін., які вивчали конфлікт, що виникає через несумісність і розбіжність в інтерпретації культурних цінностей та норм між різними групами, закладеними в різних культурних системах. Усе це призводить до сильного резонансу подій і культурного конфлікту, які ми спостерігаємо за процесами, що відбуваються в сучасній Україні. Всі попередні й сучасні дослідження виявляють значущість соціокультурного виміру українського опору в умовах війни і ставлять вагомий акцент на взаємозв'язок між культурною політикою та національною безпекою країни.

■ **Мета статті**

Мета статті полягає в дослідженні особливостей вивчення соціокультурного дискурсу в умовах культурного конфлікту, а саме українського опору, аналізі ролі культурної політики та національних символів у консолідації суспільства і протистоянні зовнішнім інформаційним та ідеологічним загрозам, які спричинені війною росії проти України.

■ **Результати дослідження**

Насамперед варто зазначити, що Україна як європейська держава прагне зберегти свою незалежність, культурну самобутність, свою західну культуру й бути носієм української культури, а не російської. Між цими двома світами постало протистояння (добра і зла), що призвело до культурного конфлікту за ціннісні орієнтації і сприймається світом, як переконфігурація та покращення свого сприйняття в цивілізованому світі.

У розвитку різних спільнот і формуванні національних держав культура є основним стимулюючим чинником подолання різних розбіжностей (Сорочук, 2020). Культурний конфлікт — це конфлікт, який виникає на глобальному рівні, коли різні цивілізації стикаються через несумісність культурних систем, протистояння й боротьбу за ресурси, соціальне визнання, спосіб життя. Коріння культурного конфлікту може проростати через релігію, політику, мову, історичну пам'ять, традиції, звичаї. Стосовно цієї війни зазначимо, що росія, намагаючись стерти культурні здобутки України, прагне нав'язати їй свою культуру, символіку, норми і цим спричиняє культурний конфлікт.

Треба наголосити, що будь-який народ вносить зміни в світову культуру, що становить унікальність, яка характеризує багатство людства загалом. У наші часи знищення української культури — це не тільки знищення культурної спадщини української держави, а і світової спадщини. Через це у світі виробляють ефективні міжнародні механізми, ресурси, засоби для захисту культурної спадщини в умовах війни (Бакальчук, 2022).

На думку С. Гантінгтона (Huntington, 1996), культурний конфлікт спричиняють культурні та релігійні системи; у цьому зв'язку вчений поділяє людство на різні цивілізаційні блоки. У своїй роботі «Зіткнення цивілізацій і переформатування світового порядку» ("The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order") С. Гантінгтон наголошує, що культурний конфлікт є головним джерелом міжнародної напруги в сучасному світі і відбувається між різними культурними й цивілізаційними блоками. Стосовно України автор розглядає країну на «розломі цивілізацій», яка знаходиться на межі між європейською та православною. На думку С. Гантінгтона, цей поділ зробить Україну більш вразливою до внутрішніх та зовнішніх конфліктів, де східні регіони мають прихильність до російського впливу, а західні — до європейського. У своїх прогнозах дослідник вважав, що ця напруженість і супротив призведуть до культурного й політичного конфлікту між проєвропейськими та проросійськими групами в Україні. Сам С. Гантінгтон у своїх працях війну росії проти України не прогнозував, але розглядав природу сучасної війни в культурному контексті. Отже, Україна підтверджує свій зв'язок із західною цивілізацією і звільняється від пострадянської ідентичності, — саме на цьому робив акцент С. Гантінгтон (Huntington, 1996).

Л. Козер (Coser, 1956) вважає, що конфлікт виникає через несумісність культурних цінностей та норм між державами і може бути важливим для суспільного розвитку, тому що сприяє перегляду, відтворенню, оновленню соціальних норм, культурних традицій, збереженню свого історичного минулого.

В умовах війни росії проти України культурний конфлікт стає значно помітнішим, тому що до соціокультурної сфери додається проблема ідеологічного та політичного контролю; він проявляється через нав'язування, намагання, асимілювання однієї сторони в свою культуру іншої. Де дві культури жили поряд дружньо, а з часом почали чинити супротив, тиск, пропаганду та дискредитацію української ідентичності. Про це свідчить аналіз за даними соціологічного опитування, яке проводив Центр Разумкова (червень 2024): поступово збільшується кореляція від початку «гібридної війни» до повномасштабного вторгнення, що 76,5% опитаних в Україні, вважають що Європейський Союз асоціює себе з «добрим», тобто прогресом і розвитком, а зі «зломом», тобто з відсталістю і регресом асоціюють росію 78% опитаних. Отже, судження, які колись вважалися нормальними, що українці і росіяни є братніми народами, вже зникло; превалює думка, що вони ніколи не будуть братніми народами (Разумков Центр, 2024).

Як бачимо, одним із проявів культурного конфлікту є нищення російськими військами українських пам'яток, музеїв, викрадення культурних цінностей, що відбулося в Херсонській області, також ще в 2014 р. у Криму. Українське суспільство, активізувало свої зусилля у відповідь і популяризує свою культуру та історію через культурні проєкти, міжнародні фестивалі, концерти, форуми, івенти, які знайомлять світову спільноту з українською культурною спадщиною та сучасними мистецькими досягненнями. Багато таких заходів відбувається в Україні та в країнах Європейського Союзу, Америки.

Завдяки культурній адаптації та взаємовпливу американської і європейської культур під час війни українська культура трансформувалася через вимушену міграцію і частково асимілювалася в культурне середовище цих країн, легко ін-

тегруючись у їхні соціальні й культурні практики, адаптацію українських традицій до західного контексту та використання сталих і формування нових українських елементів, символів в іншу культуру, які поєднують національну ідентичність із західними цінностями і стилем життя.

За даними соціологічного дослідження Центру Разумкова, було встановлено, що 76% респондентів відносять себе до української культурної традиції, а загальноєвропейської культурної традиції відносять 14%, ці показники збільшилися в порівнянні з 2019 р. Натомість частка опитаних, які відносять себе до російської культури, знизилася до 0,5% від 11% попередніх років (рис. 1) (Разумков Центр, 2024).

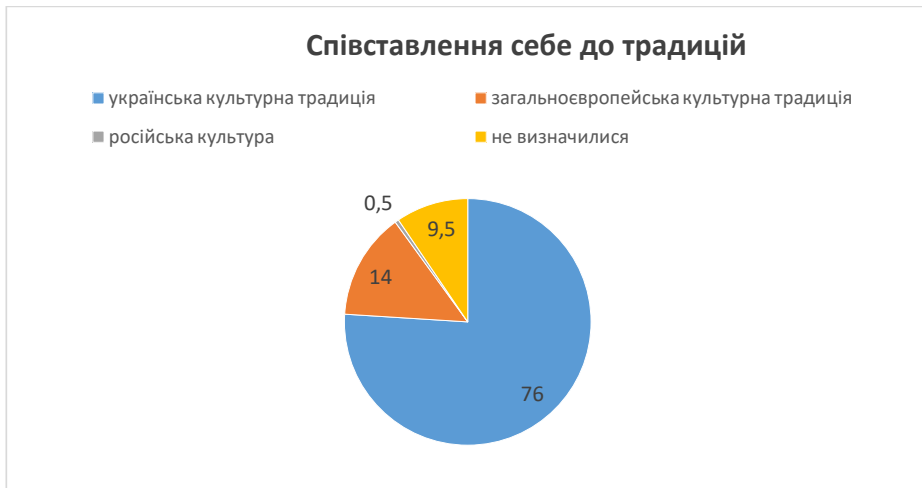


Рис. 1. До якої культурної традиції українці співставляють себе

Джерело: (Разумков Центр, 2024).

Це позитивно орієнтується на те, що українці вірять в перемогу, в прекрасне майбутнє, що їхні діти зможуть жити в незалежній Україні, бажати отримати гідну освіту (67%), роботу (43%), власне житло (45%), охорону здоров'я (47%), захист прав і свободи (40%), подорожувати (52,5%), відпочинок повноцінний (57%), подяка батькам за те, що вони дали їм життя у вільній Україні (69,5%). Але зазначимо, що ці показники трохи знизилися порівняно з 2023 р. (рис. 2.) (Разумков Центр, 2024).

Хитається впевненість серед українців саме через розгортання та постійні ескалації в конфлікті і на полі бою, і на культурному фронті (Шевель, 2015).

Як зазначає відомий український вчений-соціолог Є. Головаха, те, що Україна сьогодні перебуває в розбалансованому стані й переживає історичні зміни, набуває багато страхів перед майбутнім. Україна переможе, і настане її стрімке відродження (Ткачук, 2022).

На думку Є. Головахи, культурний конфлікт є ключовим у контексті історичних змін і сучасних викликів. Дослідник підкреслює в своїх працях, що культурний конфлікт зароджується в суспільствах, де відбувається зіткнення, протисто-

яння різних ціннісних орієнтацій, ідеологій та соціальних практик, це є актуальним для України сьогодні, а особливо для її багатого історією й полікультурного населення (Ткачук, 2022).



Рис. 2. Яка культурна традиція буде в майбутньому переважати (через 25 років)

Джерело: Разумков Центр, 2024

Проаналізує вплив глобалізації та зовнішніх ідеологічних чинників, які сприяють культурному конфлікту всередині країни, як ми знаємо, що різні регіони України мають свої історичні, культурні та ментальні особливості, вони між собою призводять до напруженої ситуації ще з 2014 р. між сходом та заходом країни. Виникає культурний конфлікт через зіткнення старих і нових цінностей (Головаха та ін., 2020).

Росія вдало використовує ці внутрішні протиріччя для досягнення своїх цілей і показує своє протистояння на європейські цінності, з нав'язуванням свого світогляду. У цьому культурному конфлікті Україна змушена визначати свої культурні пріоритети та ідентичність.

Досліджуючи культурні процеси і соціокультурні конфлікти, український соціолог Юрій Саєнко (2015) розглядає культурний конфлікт крізь призму соціальних змін, боротьби за ідентичність, вплив зовнішніх культурних і політичних факторів. Особливо це актуально для України, де є значна поляризація між західною та східною частинами суспільства, між українським та російським культурними просторами, цінностями й інтересами. Вчений наголошує, що культурний конфлікт в Україні є боротьбою за збереження та розвиток національних культурних традицій. Дослідник аналізує культурні конфлікти та з'ясовує їхню роль у розвитку сучасного українського суспільства.

Висновки

Результати дослідження засвідчили, що культурний конфлікт в Україні в умовах війни набув особливої гостроти та виразності. Соціокультурний дис-

курс українського опору зосередився навколо збереження й утвердження національної ідентичності, протистояння нав'язаній російській культурній домінації. Культура, як другий фронт, стає важливим інструментом опору, його ролі об'єднувати суспільство навколо цінностей свободи, суверенітету й незалежності.

Під час війни в постійній активній діяльності громадські ініціативи, культурні проекти, виставки, івенти, концерти, форуми та інформаційні кампанії, українські митці, науковці, культурологи, мистецтвознавці, соціологи, історики, громадські діячі, й медіа, які направлені на належний рівень обізнаності про українську культуру, історію та мову, які протистоять російській пропаганді, руйнують стереотипи й посилюють національну свідомість, особливо серед молодого покоління.

Особливе значення соціокультурного дискурсу в умовах військового конфлікту полягає в здатності об'єднувати суспільство довкола спільної мети та зміцнювати національну ідентичність. Соціологічні дослідження також виявляють, що культурна ідентичність стає ключовим фактором соціальної згуртованості та мобілізації українців у боротьбі за власні цінності та протидії культурній асиміляції. Українська культура, адаптуючись до сучасних викликів, набуває нових форм і засобів трансформації, які сприяють її зміцненню, відродженню сталості й розвитку навіть в умовах кризи.

■ Список посилань

- Бакальчук, В. О. (2022, 25 серпня). *Культурний геноцид як складова частина міжнародного злочину РФ в Україні*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/kulturnyy-henotsyd-yak-skladova-chastyna-mizhnarodnoho-zlochynu-rf-v>
- Богущий, Ю. П., Андрущенко, В. П., Безвершук, Ж. О., & Новохатько, Л. М. (2007). *Українська культура в європейському контексті*. Знання.
- Головаха, Є., Дембіцький, С., Жуленьова, О., & Любива, Т. (2020). Методики дослідження адаптації, інклюзії та зміни ідентичностей за умов масових міграцій: розроблення та апробація. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2, 102–123. <https://stmm.in.ua/archive/article.php?issue=2020-2&contentId=2202022>
- Горський, В. С. (2001). *Філософія в українській культурі: (методологія та історія)*. Центр практичної філософії.
- Гривінський, Р. (2017, 7 квітня). *Наталія Яковенко – про те, як вивчення історії шляхти може змінити самосвідомість українців (повна розмова)*. Інтерв'ю з України. <https://rozмова.wordpress.com/2017/04/21/natalya-yakovenko/>
- Грушевський, М. (1921). *Початки громадянства: (генетична соціологія)*. Український Соціологічний Інститут.
- Едвард Саїд «Орієнталізм». *Короткий аналіз першоджерела*. (2013, 8 квітня). *Cultura Libera*. https://anculture.blogspot.com/2013/04/blog-post_6742.html
- Забужко, О. (2005, 2 грудня). *На порозі гуманітарної катастрофи. Культурна політика і державна незалежність*. ZN.UA. https://zn.ua/ukr/ART/na_porozi_gumanitarnoyi_katastrofi_kulturna_politika_i_derzhavna_nezalezhnist.html
- Кримський, С. (1998). Архетипи української культури. *Вісник Національної академії наук України*, 7–8, 74–87.

- Мирослав Попович: *Українська наука – це гетто*. (2011, 25 травня). Українська правда. <https://life.pravda.com.ua/culture/2011/05/25/79321/>
- Огієнко, І. (1991). *Українська культура. Коротка історія культурного життя українського народу*. Абрис.
- Разумков Центр. (2024, 24 липня). *Ідентичність громадян України: тенденції змін (червень 2024р.)*. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/identychnist-gromadian-ukrainy-tendentsii-zmin-cherven-2024r>
- Рудницький, С. (1923). *Українська справа зі становища політичної географії* (Т. 40). Українське Слово.
- Саєнко, Ю. (2015). Проект «Людина» - фатальність вибору. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 1, 149–173. <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2015-1/11.pdf>
- Сисак, І. (2022, 7 грудня). «Знищення української культури є ключовим елементом російської агресії»: *письменник Дейв Еггерс*. Радіо Свобода. <https://www.radiosvoboda.org/a/egggers-zvit-vtraty-ukrayinskoyi-kultury-ahresiya-rosiyi/32164637.html>
- Сорочук, Л. (2020). Роль національної культури у деконфліктизації українства. *Українознавчий альманах*, 27, 129–134. <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2020.27.19>
- Ткачук, М. (2022, 30 березня). *Соціолог Євген Головаха: Якщо ми не здамося – вийдемо з цієї війни абсолютно інтегрованою європейською країною*. Новинарня. <https://povynarnia.com/2022/03/30/yegolovaha/>
- Хвильовий, М. (1926). *Думки проти течії* [Памфлети]. Державне видавництво України.
- Шевель, І. П. (2015). Культурний розвиток соціальних конфліктів та соціальних рухів. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 9, 79–85 <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/viewFile/1414/1474>
- Bourdieu, P. (1985). The Social Space and the Genesis of Groups. *Theory and Society*, 14(6), 723–744. <https://doi.org/10.1007/BF00174048>
- Coser, L. A. (1956). The functions of social conflict. Routledge.
- Filimonova-Zlatohurska, Y., Poperechna, G., Nikolenko, K., Poliuha, V., & Shevel, I. (2023). Transformation of the cultural development of the Ukrainian people in the context of military realities: philosophical reflections on dilemmas. *Amazonia Investiga*, 12(63), 224–232. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.63.03.21>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books. <https://cdn.angkordatabase.asia/lib/docs/clifford-geertz-the-interpretation-of-cultures.pdf>
- Huntington, S. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. Simon & Schuster. <https://msuweb.montclair.edu/~lebelp/1993SamuelPHuntingtonTheClashOfCivilizationsAndTheRemakingofWorldOrder.pdf>

References

- Bakalchuk, V. O. (2022, August 25). *Kulturnyi henotsyt yak skladova chastyna mizhnarodnoho zlochynu RF v Ukraini* [Cultural genocide as a component of the international crime of the Russian Federation in Ukraine]. National Institute for Strategic Studies. <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/kulturnyy-henotsyd-yak-skladova-chastyna-mizhnarodnoho-zlochynu-rf-v> [in Ukrainian].

- Bohutskyi, Yu. P., Andrushchenko, V. P., Bezvershuk, Zh. O., & Novokhatko, L. M. (2007). *Ukrainska kultura v yevropeiskomu konteksti* [Ukrainian culture in the European context]. Znannia [in Ukrainian].
- Bourdieu, P. (1985). The Social Space and the Genesis of Groups. *Theory and Society*, 14(6), 723–744. <https://doi.org/10.1007/BF00174048> [in English].
- Coser, L. A. (1956). *The functions of social conflict*. Routledge [in English].
- Edvard Said “Orientalizm”. *Korotkyi analiz pershodzherela* [Edward Said “Orientalism”. A Brief Analysis of the Primary Source]. (2013, April 8). *Cultura Libera*. https://anculture.blogspot.com/2013/04/blog-post_6742.html [in Ukrainian].
- Filimonova-Zlatohorska, Y., Poperechna, G., Nikolenko, K., Poliuha, V., & Shevel, I. (2023). Transformation of the cultural development of the Ukrainian people in the context of military realities: philosophical reflections on dilemmas. *Amazonia Investiga*, 12(63), 224–232. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.63.03.21> [in English].
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books. <https://cdn.angordatabase.asia/lib/docs/clifford-geertz-the-interpretation-of-cultures.pdf> [in English].
- Holovakha Ye., Dembitskyi, S., Zhulnova, O., & Liubyva, T. (2020). Metodyky doslidzhennia adaptatsii, inkluzii ta zminy identychnosti za umov masovykh migratsii: rozroblennia ta aprobatsiia [Methods for studying adaptation, inclusion and change of identities under conditions of mass migration: development and approbation]. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, 2, 102–123. <https://stmm.in.ua/archive/article.php?issue=2020-2&contentId=2202022> [in Ukrainian].
- Horskyi, V. S. (2001). *Filosofiiia v ukrainskii kulturi: (metodolohiia ta istoriia)* [Philosophy in Ukrainian Culture: (Methodology and History)]. *Tsentr praktychnoi filosofii* [in Ukrainian].
- Hrushevskiy, M. (1921). *Pochatky hromadianstva: (genetychna sotsiologiia)* [The Beginnings of Citizenship: (genetic sociology)]. Institut Sociologique Ukrainien.
- Hryvynskiy, R. (2017, April 7). *Natalia Yakovenko – pro te, yak vyvchennia istorii shliakhty mozhe zminyty samosvidomist ukrainsiv (povna rozmova)* [Natalia Yakovenko - on how studying the history of the nobility can change the self-consciousness of Ukrainians (full conversation)]. *Interviu z Ukrainy*. <https://rozmova.wordpress.com/2017/04/21/natalya-yakovenko/> [in Ukrainian].
- Huntington, S. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. Simon & Schuster. <https://msuweb.montclair.edu/~lebelp/1993SamuelPHuntingtonTheClashOfCivilizationsAndTheRemakingofWorldOrder.pdf> [in English].
- Khvylovyyi, M. (1926). *Dumky proty techii* [Thoughts against the trend] [Pamphlets]. Derzhavne vydavnytstvo Ukrainy [in Ukrainian].
- Krymskyi, S. (1998). Arkhetypy ukrainskoi kultury [Archetypes of Ukrainian culture]. *Visnyk of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 7–8, 74–87.
- Myroslav Popovych: *Ukrainska nauka – tse hetto* [Myroslav Popovych: Ukrainian science is a ghetto]. (2011, May 25). *Ukrainska pravda*. <https://life.prawda.com.ua/culture/2011/05/25/79321/> [in Ukrainian].
- Ohienko, I. (1991). *Ukrainska kultura. Korotka istoriia kulturnoho zhyttia ukrainskoho naroda* [Ukrainian culture. A short history of the cultural life of the Ukrainian people]. Abrys [in Ukrainian].
- Razumkov Centre. (2024, July 24). *Identychnist hromadian Ukrainy: tendentsii zmin (cherven 2024r.)* [Identity of Ukrainian Citizens: Trends of Change (June 2024)]. <https://>

- razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/identychnist-gromadian-ukrainy-tendentsii-zmin-cherven-2024r [in Ukrainian].
- Rudnytskyi, S. (1923). *Ukrainska sprava zi stanovyshcha politychnoi geografii* [Ukrainian Case from the Situation of Political Geography] (Vol. 40). *Ukrainske Slovo* [in Ukrainian].
- Saienko, Yu. (2015). Proekt “Liudyna” - fatalnist vyboru [The Project “Human” - Fatality of Choice]. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, 1, 149–173. <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2015-1/11.pdf> [in Ukrainian].
- Shevel, I. P. (2015). Kulturnyi rozvytok sotsialnykh konfliktiv ta sotsialnykh rukhiv [Cultural development of social conflict and social movements]. *Visnyk of the Lviv University. Series Sociology*, 9, 79–85 <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/viewFile/1414/1474> [in Ukrainian].
- Sorochuk, L. (2020). Rol natsionalnoi kultury u dekonfliktyzatsii ukrainstva [The role of national culture in the de-conflicting of ukrainianness]. *Almanac of Ukrainian Studies*, 27, 129–134. <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2020.27.19> [in Ukrainian].
- Sysak, I. (2022, December 7). “Znyshchennia ukrainskoi kultury ye kliuchovym elementom rosiiskoi ahresii”: pismennyk Deiv Eggers [“The Destruction of Ukrainian Culture is a Key Element of Russian Aggression”: Writer Dave Eggers]. *Radio Svoboda*. <https://www.radiosvoboda.org/a/eggers-zvit-vtraty-ukrayinskoyi-kultury-ahresiyi-rosiyi/32164637.html> [in Ukrainian].
- Tkachuk, M. (2022, March 30). *Sotsiolog Yevhen Holovakha: Yakshcho my ne zdamosia – vyidemo z tsiiei viiny absolutno intehrovanoiu yevropeiskoiu krainoiu* [Sociologist Yevhen Holovaha: If we do not surrender, we will emerge from this war as a completely integrated European country]. *Novynarniu*. <https://novynarnia.com/2022/03/30/yegolovaha/> [in Ukrainian].
- Zabuzhko, O. (2005, December 2). *Na porozi humanitarnoi katastrofy. Kulturna polityka i derzhavna nezalezhnist* [On the verge of a humanitarian catastrophe. Cultural policy and state independence]. *ZN.UA*. https://zn.ua/ukr/ART/na_porozi_gumanitarnoyi_katastrofi_kulturna_politika_i_derzhavna_nezalezhnist.html [in Ukrainian].

■ CULTURAL CONFLICT DURING WAR: SOCIO-CULTURAL DISCOURSE OF UKRAINIAN RESISTANCE

■ Inna Shevel

■ *PhD in Sociological Sciences, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-6387-2506
e-mail: shevelinna@ukr.net*

The aim of the article is to study the socio-cultural discourse in the context of the cultural conflict caused by russia’s invasion of the territory of Ukraine, between the “good” that Ukraine positions and the “evil” that comes from Russia; to grasp the ways of preserving the Ukrainian unique cultural identity, cultural policy and cultural space in opposition to russia in general.

Results. In conditions of the russian-ukrainian war, the study of the cultural conflict escalates the socio-cultural discourse of the Ukrainian resistance, which purposefully and persistently activates the issue of preserving its cultural identity, particularly, in public actions, charity concerts, exhibitions, media space and social networks. The background of the domestic socio-cultural discourse of resistance is an ideological platform that unites society against the russian aggression, the unity of Ukrainian artists, scientists (culture history researchers, art historians, et al.), cultural figures and citizens in general. This platform promotes national values and an idea of social unity through the activation of cultural projects aimed at disseminating knowledge about Ukrainian culture, history, language, customs, traditions (especially among youth). Ukrainian society is more actively directed at destroying negative stereotypes and propaganda, strengthening the national spirit. *The scientific novelty* of the study grounds on researching mechanisms, cultural and ideological factors, also on developing the national identity in the cultural conflict formation during the war. *Conclusions.* Culture plays a key role in forming the national self-awareness and strengthening resistance. It demonstrates the ability of the Ukrainian community to resist imposed cultural assimilation. Cultural identity is an important factor that contributes to social cohesion and mobilisation in the fight against the russian aggression. Under the war conditions, Ukrainian culture acquires new forms and means.

■ **Keywords:** cultural conflict; socio-cultural discourse; Ukrainian resistance; national identity; cultural policy



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318706
УДК 78:005.8:[061.27:316.7

ПІДТРИМАНІ УКРАЇНСЬКИМ КУЛЬТУРНИМ ФОНДОМ МУЗИЧНІ ПРОЄКТИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Андрій Бондаренко

*Кандидат мистецтвознавства, старший викладач,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-6856-991X
e-mail: bondareandre@gmail.com*

Для цитування:

Бондаренко, А. (2024). Підтримані Українським культурним фондом музичні проекти як чинник розвитку національної культури. *Питання культурології*, 44, 54–65. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318706>

Мета статті — дослідити музичні проекти, підтримані Українським культурним фондом (УКФ) у період з 2018 до 2021 року, з погляду їх значущості для відродження та розвитку української культури й ефективності моделі грантового фінансування мистецьких проєктів. *Результати дослідження*. Представлено кількісні показники музичних проєктів, підтриманих УКФ, розраховано частку проєктів, орієнтованих на популяризацію української музики, та проєктів, пов'язаних зі створенням нових творів мистецтва, представлено обсяги виділених УКФ коштів та зіставлено з обсягом державного фінансування національних колективів. Розраховано імовірність отримання заявниками гранту та її динаміку впродовж досліджуваного періоду. Виділено проєкти, які, за даними платформи YouTube, здобули найбільшу увагу аудиторії. *Наукова новизна* дослідження полягає у розробці методології оцінок доцільності та ефективності державного фінансування мистецьких проєктів з погляду їх потенційного попиту, інтересу української публіки та впливу на розвиток української культури. Результати дослідження є значущими для порівняння різних моделей державного фінансування — грантового та планового, і показують певні переваги останнього. *Висновки*. Попри той факт, що загальний обсяг державного фінансування музичних проєктів УКФ є у 20–30 разів меншим за обсяг коштів, які щорічно виділяються державою на фінансування діяльності національних колективів, грантова модель УКФ довела свою перспективність і спроможність до підтримки проєктів, важливих для відродження української культури, реалізація яких перевищує можливості державних колективів у межах планового бюджетного фінансування. Водночас проєкти, творчим стрижнем яких стали народні пісні — медіаресурс «Поліфонія» та альбом гурту «ДахаБраха» «Шлях», показали високий попит в аудиторії.

Ключові слова: Український культурний фонд; музичні проекти; мистецькі проекти; гранти; проектна діяльність; українська культура

Вступ

Проектний підхід до реалізації мистецьких проектів в Україні останніми роками став вагомим альтернативою плановій діяльності національних та муніципальних художніх колективів і закладів культури. Значну роль у цьому процесі відіграло створення Українського культурного фонду (УКФ), що фінансував мистецькі проекти на конкурсній основі. УКФ впровадив альтернативні механізми фінансування мистецької діяльності з державного бюджету, основною перевагою яких була доступність для широкого кола осіб, зокрема можливість отримати державну підтримку на реалізацію мистецьких ініціатив для громадських організацій та фізичних осіб-підприємців, які не займають керівних посад у державних закладах. Так, якщо раніше за рахунок державних коштів реалізувати ту чи іншу творчу ініціативу фактично могли лише керівники національних колективів, то з початком роботи УКФ коло таких митців стало практично необмеженим.

Питання полягає в тому, наскільки ефективною можна вважати діяльність УКФ у підтримці мистецьких проектів. Чи сприяла робота УКФ здійсненню важливих для розвитку української культури мистецьких ініціатив, реалізація яких у межах діяльності національних колективів та установ була неможливою або малоімовірною? Відповідь на це питання, принаймні в межах музичного мистецтва, покликане надати дослідження.

Аналіз попередніх досліджень

У контексті окресленої проблематики особливий інтерес становлять дослідження, присвячені питанням менеджменту музичної діяльності, ролі неурядового сектору в культурно-мистецькій галузі, ролі національного мистецтва на тлі загроз національній безпеці України тощо.

Засадничою працею в питаннях музичного менеджменту є монографія Л. Обух (2021), в якій менеджмент академічної музики розглядається як «відкрите системне явище сучасної постмодерної української музичної культури в процесі стратегічного державотворення» (с. 322). У дослідженні розроблено типологію та термінологію музичного менеджменту, вивчено роль окремих державних інституцій і особистості в музичному менеджменті, розглянуто динаміку фестивального руху в Україні.

Окремі дослідження здійснила Г. Карась (2018), зокрема проаналізувала проблематику презентацій музичних видань, а також роль української діаспори в пропагуванні української культури у світі (Карась, 2016).

Безпосередньо діяльність УКФ досліджувалася в роботах О. Кулініч та А. Гаврашенко, М. Чорної, О. Комарницької, А. Єфімової та ін. Дослідники окреслили низку позитивних моментів, таких як «розширення спектра та підвищення якості українського культурного продукту», «збільшення результативності використання бюджетних коштів, спрямованих на фінансування культурної сфери в Україні» (Кулініч & Гаврашенко, 2020), сприяння «ініціативності та креативності культурних інституцій, державних і громадських організацій у сфері культури

і мистецтв, залученню все більшої кількості людей до культурної діяльності» (Комарніцька, 2023). Проте в дослідженнях зазначено і невирішені проблеми, такі як «низький рівень обізнаності мешканців невеликих населених пунктів про можливості грантових програм», прогалини «у питаннях взаємодії секторів та галузей через відсутність комунікації» (Чорна, 2022, с. 53).

Вивченню окремих проєктів, що були підтримані УКФ, присвячено роботи О. Дмитренко (2021), Н. Грачової (2023), А. Єфімової (2023), І. Романів (2023).

Втім, на наш погляд, було б актуально дослідити ефективність наданої УКФ підтримки з погляду зміцнення та популяризації самобутньої української культури, що набуває особливої ваги в умовах екзистенційних загроз перед українським народом.

■ Мета статті

Мета статті — дослідити музичні проєкти, підтримані УКФ у період з 2018 до 2021 року, з погляду їх значущості для відродження і розвитку української культури та ефективності моделі грантового фінансування мистецьких проєктів. Часові межі обумовлені початком роботи УКФ і фактичним призупиненням його діяльності у 2022 р. у зв'язку з повномасштабною фазою військової агресії РФ проти України.

■ Результати дослідження

Загальна продуктивність діяльності УКФ відповідно до інформації, наданої у звітах УКФ (Український культурний фонд, б.д.-б; 2020; 2021; б.д.-а) за досліджуваний період, становила 1550 проєктів із 9106 запропонованих, на фінансування яких було виділено 1389,8 млн грн (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість проєктів, поданих та реалізованих УКФ (2018–2021 рр.)

Показник / роки	2018	2019	2020	2021	Всього
Подано заявок	716	2059	2592	3739	9106
З них реалізовано	298	432	278	542	1550
Сектори					
Аудіовізуальне мистецтво	77	147	47	165	436
Культурна спадщина	62	66	58	49	235
Перформативне (сценічне) мистецтво	42	50	31	60	183
Культурні та креативні індустрії	42	63	57	155	317
Література і видавнича справа	30	46	22	28	126
Візуальне мистецтво	20	30	26	38	114
Аудіальне мистецтво	17	22	25	30	94
Дизайн і мода	8	8	12	17	45

(Продовження таблиці 1)

Спрямовано на фінансування проєктів (млн грн)	139,4	497,9	248,6	503,9	1389,8
Фінансування, млн грн					
Середня вартість одного проєкту (млн грн)	0,47	1,15	0,89	0,93	0,90
Частка реалізованих проєктів	41,6 %	21,0 %	10,7 %	14,5 %	17,0 %

Джерело: скомпільовано автором на основі звітів УКФ

Так, імовірність успіху для заявника в середньому становила 17 %, а середній обсяг підтримки Українським культурним фондом мистецького проєкту становить близько 897 тис. грн. Динаміка показує поступове зростання кількості поданих заявок, натомість кількість підтриманих проєктів була більшою у 2019 та 2021 рр. і меншою — у 2018 і 2020. Відповідно, імовірність успішного подання заявки була найбільшою в перший рік роботи УКФ — у 2018 році, можливо, це пов'язано з поступовим зростанням поінформованості мистецької спільноти про можливість отримання грантової підтримки.

Розподіл за секторами засвідчує переважання секторів «аудіовізуальне мистецтво» та «культурні та креативні індустрії» (близько 28 % та 20 % від загальної кількості задоволених заявок), проте, на жаль, запропонована УКФ класифікація на сектори не корелює із класичною класифікацією мистецтв, що спонукало нас провести окрему роботу із виділення проєктів, що представляють саме музичне мистецтво. До музичних проєктів ми зараховували ті, метою яких було написання або виконання музичних творів, проведення музичних фестивалів і конкурсів, а також зйомку кінофільмів про музикантів і музичні колективи.

За нашими підрахунками, загалом за досліджуваний період УКФ підтримав 80 музичних проєктів, на які впродовж 4 років було виділено понад 60 млн грн (табл. 2), середня вартість музичного проєкту в різні роки становила від 573,8 до 968,7 тис. грн.

Таблиця 2

Фінансування УКФ музичних проєктів за 2018–2021 рр.

Рік	Кількість проєктів	Витрачено фондом (млн грн)	В середньому на проєкт
2018	26	14 920 647,99	573 871,08
2019	26	23 793 673,47	915 141,29
2020	15	11 359 192,13	757 279,48
2021	13	12 593 435,00	968 725,77
Всього	80	62 666 948,59	783 336,86

Джерело: звіти УКФ 2018–2021 рр.

Для порівняння, обсяг фінансової підтримки мистецьких колективів на 2023 рік за бюджетною програмою 3801120 «Фінансова підтримка національних

художніх колективів, концертних організацій та їх дирекції, національних і державних циркових організацій» (табл. 3) становив понад 400 млн грн, що перевищує річні видатки УКФ на музичні проекти у 20–30 разів. Водночас фінансова підтримка окремих національних колективів становила від 24 до 64 млн грн на рік, що еквівалентно орієнтовно 30–70 підтриманим індивідуальним проектам.

Таблиця 3

Державне фінансування національних колективів за 2023 р.

Колектив	Бюджетна підтримка (тис. грн)
Національний заслужений академічний ансамбль танцю України імені Павла Вірського	64 892,8
Національний заслужений академічний український народний хор України імені Г. Г. Верьовки	63 019,9
Державна організація «Національний будинок органної та камерної музики України»	63 554,4
Державна організація «Національний заслужений академічний симфонічний оркестр України»	48 552,8
Державне підприємство «Національний одеський філармонійний оркестр»	48 317,2
Національна заслужена академічна капела України «Думка»	40 795,4
Національна заслужена капела бандуристів України імені Г. І. Майбороди	34 619,1
Державна організація «Національний академічний духовий оркестр України»	29 493,5
Національний ансамбль солістів «Київська камерата»	24 817,8

Джерело: відповідь МКІП на інформаційний запит автора

В межах поставленої задачі важливо розглянути сутнісний аспект — чи були спрямовані підтримані УКФ проекти на популяризацію саме української культури (тобто пов'язані з українським фольклором або творчістю українських митців і виконані українською мовою) і чи передбачали ці проекти створення нових мистецьких творів? Проведені підрахунки (табл. 4) показують, що створення нових мистецьких творів здебільшого не передбачалося, проте загалом проекти української тематики становили приблизно 60 %, тоді як решта 40 % передбачали роботу переважно з європейським мистецтвом або мистецькою спадщиною різних країн.

Таблиця 4

Кількісні показники проектів УКФ

Рік	Усього музичних проектів	Проекти, що передбачали створення нових творів	Проекти з українською (або переважно українською) тематикою
2018	26	2	15
2019	26	2	13

(Продовження таблиці 4)

2020	15	4	13
2021	13	4	9
Всього	80	12	50

Джерело: компіляція автора на основі звітів УКФ

Із 80 проєктів лише 12 передбачали створення нових творів, з яких 8 — твори, написані в тих чи інших жанрових інваріантах опери, 2 — музичні альбоми і 1 — симфонічний твір (табл. 5). Один із творів, а саме альбом «Звуки Чорнобиля», фінансувався Фондом двічі (у 2020 і 2021 рр.), отже врахований як 2 окремі проєкти. Статистика показує, що такі проєкти коштували дорожче — створення опер в середньому — 957 тис., а музичних альбомів 3,2 («Звуки Чорнобиля» — сумарно) та 3,9 млн грн («Шлях»).

Важливість підтриманих проєктів для української культури загалом важко оцінити через відсутність відповідних вимірюваних показників, проте певним непрямим, але досить важливим показником, на наш погляд, слід вважати кількість переглядів відповідного продукту на платформі YouTube. Загалом із 84 музичних проєктів, за нашими розрахунками, лише 34 в повному обсязі доступні для перегляду на платформі YouTube, а кількість переглядів, що фіксується цією платформою, різняться в надзвичайно широких межах — від кількох сотень до кількох мільйонів.

Таблиця 5

Нові твори в межах проєктів УКФ (2018–2021 рр.)

Рік	Проєкт / твір	Композитор	Бюджет (тис. грн)	
			загальний	УКФ
2018	Молодіжний Музичний Хаб Схід Опера (опера «Синій птах. Повернення»)	Юлія Філіпська	488,1	487,9
2018	Опера-вербатім «Дракон»	Антон Байбаков	1 025,0	1 025,0
2019	Опера-антиутопія «ГАЗ» (за мотивами футуристичної вистави «ГАЗ» Л. Курбаса та Г. Кайзера)	Роман Григорів, Ілля Разумейко	3 218,5	1 324,3
2019	«ДахаБраха. Шлях» / (фільм за однойменним музичним альбомом)	Гурт «ДахаБраха»	3 966,9	3 966,9
2020	Написання та презентація опери за мотивами історії створення «Ніч яка місячна»	Максим Коломієць	712,3	712,3
2020	Створення рок-опери «Тарас Бульба»	Дмитро Радзецький, Сергій Радзецький	581,4	581,4
2020	Запис альбому «Звуки Чорнобиля» з українськими та міжнародними музикантами	(різні музиканти)	1 753,4	1 753,4

(Продовження таблиці 5)

2020	Опера «Terra Incoginta»	Марія Олійник	2 128,5	1 680,7
2021	Прем'єра «Космічної симфонії» С. Туркевич від Молодіжного симфонічного оркестру України/ YsOU	Стефанія Туркевич	1 461,3	490,1
2021	Запис електронного альбому «Sound of Chernobyl. Radiation»	(різні музиканти)	1 469,7	1 469,7
2021	Запис камерної опери «Стус: Перехожий» за віршами Василя Стуса	Не розголошується	399	399
2021	PhD-опера «Про що мовчить Заратустра»	Андрій Мерхель, Сергій Вілка, Яна Шлябанська	1 543,5	1 450

Джерело: компіляція автора на основі звітів УКФ

Обмежимося проектами із найбільшою кількістю переглядів та проектами, що є новими творами (табл. 6). Велику популярність (кілька мільйонів переглядів) здобули фактично лише два проекти — «Поліфонія» (засновник — Міклош Бот), що становить собою серію народних пісень у їх автентичному виконанні переважно жінками старшого покоління, а також альбом гурту «ДахаБраха» «Шлях» (особливо — пісня «Монах»), за який колектив у 2020 році було нагороджено Шевченківською премією. Значну популярність (кілька сотень тисяч переглядів) здобули проекти «Тут і зараз» (переважно попмузика), «Віртуози фолку» (фольклор у сучасних виконаннях) та альбом «Звуки Чорнобиля» (електронна музика, переважно EDM). Натомість сучасні оперні постановки (як рок-, так і авангардного характеру) мають доволі скромні показники популярності.

Таблиця 6

Музичні проекти УКФ на платформі YouTube

Проект / Твір	URL	Кількість переглядів (станом на квітень 2024)
«Поліфонія» (автентичні виконання народних пісень)	https://www.youtube.com/polyphonyprojectcom	Понад 14 млн сукупно
ДахаБраха. «Шлях»	https://www.youtube.com/watch?v=aFJ717atqaw&list=OLAK5uy_lxgbtrf32blQ_mX5VO8rgN9tk42ySdEIs	Понад 5 млн сукупно (з них 4,4 млн — «Монах»)
Проект «Тут і зараз»	https://www.youtube.com/@tutizaraz/playlists	430 тис. сукупно
«Віртуози фолку»	https://www.youtube.com/@---4914/videos	410 тис. сукупно
«Звуки Чорнобиля»	https://www.youtube.com/@soundsofchernobyl6772	246 тис. сукупно

(Продовження таблиці 6)

<i>Е. Олійник</i> «Terra Incognita»	https://www.youtube.com/watch?v=pNkcHFoB2NQ	19 тис.
<i>С. Туркевич</i> . «Космічна симфонія»	https://www.youtube.com/watch?v=AJzdpuDACN0	10 тис.
«Стус. Перехожий»	https://www.youtube.com/watch?v=fADISW9Y2zc	4,5 тис.
<i>Д. Радзецький</i> , <i>С. Радзецький</i> «Тарас Бульба»	https://www.youtube.com/watch?v=UyjrZpPJ5s	4 тис.
<i>Р. Григорів</i> , <i>І. Разумейко</i> «Газ»	https://www.youtube.com/watch?v=IEGqNLA3EhU	2,7 тис.
<i>А. Мерхель</i> , <i>С. Вілка</i> , <i>Я. Шлябанська</i> «Про що мовчить Заратустра»	https://www.youtube.com/watch?v=v4mSCVXo25I	< 1 тис.

Джерело: компіляція автора на основі даних платформи YouTube

Додатково відзначимо два проекти, пов'язані із популяризацією творчості знакових постатей української культури — це підготовка й публікація виконань симфоній М. Вербицького та нотне видання «Хорові твори Леонтовича». Значущість обох проектів не може бути зведена до кількісних показників — унікальним є відкриття невідомої раніше риси постаті автора українського гімну М. Вербицького як симфоніста; видання М. Леонтовича — перша за часів незалежності повна публікація творів одного з найвідоміших (поряд з М. Лисенком) українських авторів. Обидва згадані проекти реалізуються державними установами — Чернівецькою обласною філармонією та видавництвом «Музична Україна», проте звернення згаданих організацій до УКФ спонукає думати, що планове фінансування з муніципального чи державного бюджетів не дають змоги реалізувати подібних проектів.

Висновки

Попри те, що фінансування державою музичних проектів УКФ є приблизно у 20–30 разів меншим, ніж сукупне фінансування національних музичних мистецьких колективів, окремі проекти, підтримані УКФ, стали яскравою подією мистецького життя України. Дослідження показує, що із 80 музичних проектів, підтриманих УКФ впродовж 2018–2021 рр., багатомільйонний інтерес українських поціновувачів музики здобули два — відеокаталог українських народних пісень у їх автентичному виконанні «Поліфонія» та альбом гурту «ДахаБраха» «Шлях», в основі якого також народні пісні. Обидва не мають аналогів серед творчих проектів, що реалізуються державними та муніципальними установами, і є важливими для розвитку української культури в опорі на традиційне мистецтво (перший — у його автентичному вигляді, другий — у сучасних інтерпретаціях).

Більшість фінансованих УКФ проектів спрямовано на проведення концертів, конкурсів, вистав, фестивалів, з яких близько половини були пов'язані з україн-

ським традиційним мистецтвом, а інша не мала такої прив'язки. Подібні проекти не є унікальними, проте їх фінансування в межах муніципальних бюджетів зазвичай є проблематичним.

Низка проектів, підтриманих УКФ і пов'язаних зі створенням сучасних опер, попри значний рівень фінансування (близько 1 млн на кожен проект) не здобули значної популярності, а їхній вплив на розвиток української культури є незначним.

Серед проектів, що були реалізовані муніципальними та державними підприємствами, найбільш унікальними і значущими є виконання і публікація записів невідомих до недавнього часу симфоній М. Вербицького та видання антології хорових творів М. Леонтовича.

Отже, грантова модель УКФ відкриває шлях до реалізації важливих для розвитку української культури проектів, що перевищують можливості державних колективів у межах планового бюджетного фінансування, а відтак — доцільною.

Перспективою подальших досліджень вбачаємо детальний аналіз розподілу грантових коштів у межах конкретних проектів, що дозволить точніше оцінити міру ефективності їх використання.

■ Список посилань

- Грачова, Н. (2023). Проект українського культурного фонду «Українська література в коміксах»: ідея, стратегічні цілі, результати. *Естетика і етика педагогічної дії*, 28, 231–240. <https://doi.org/10.33989/2226-4051.2023.28.293194>
- Дмитренко, О. (2021). Співпраця третього сектору та українського культурного фонду як приклад моделі фінансового партнерства між державою і неурядовими організаціями. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 36, 190–195. <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.36.23>
- Єфімова, А. В. (2023). Промоція творчості: актуальні інструменти комунікації у сфері візуального мистецтва (на прикладі проектів, реалізованих за підтримки Українського культурного фонду 2019–2021). In *Cultural and artistic practices: world and Ukrainian context* (pp. 209–222). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-322-4-10>
- Карась, Г. (2016). Особливості менеджменту української музичної культури в діаспорі. *Карпатський край*, 1(8), 177–184.
- Карась, Г. (2018). Використання методик event-менеджменту в презентації музичних видань. В С. М. Садовенко (Ред.), *Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: виклики та концепції сьогодення* [Матеріали конференції] (с. 16–18). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Комарніцька, О. (2023). Культурні проекти Українського культурного фонду: 2018–2023 рр. *Питання культурології*, 42, 152–162. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293769>
- Кулініч, О., & Гаврашенко, А. (2020). Український культурний фонд як суб'єкт публічної культурної політики. *Теорія та практика державного управління*, 2(69), 50–57. <https://doi.org/10.34213/tp.20.02.06>
- Обух, Л. (2021). *Менеджмент академічної музики в соціокультурному просторі України (кінець ХХ - початок ХХІ століть)*. Симфонія форте.

Романів, І. І. (2023, 18 травня). Проекти бандурного мистецтва в діяльності Українського культурного фонду. В *Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи* [Матеріали конференції] (с. 163–164). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.

Український культурний фонд. (2020). *Річний звіт 2019*. <https://cutt.ly/KwzY3Afu>

Український культурний фонд. (2021). *Річний звіт 2020*. <https://cutt.ly/0wzY7o5Y>

Український культурний фонд. (б.д.-а). *Річний звіт 2021*. Взято 27 березня 2024 з <https://cutt.ly/lwzY6cs3>

Український культурний фонд. (б.д.-б). *Річний звіт УКФ · 2018*. Взято 27 березня 2024 з <https://cutt.ly/WhiJtVJ>

Чорна, М. М. (2022). Грантова підтримка креативних індустрій в Україні на прикладі Українського культурного фонду. *Культурологічний альманах, 1*, 51–53. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.16>

References

Chorna, M. M. (2022). Hrantova pidtrymka kreatyvnykh industrii v Ukrainy na prykladi Ukrainskoho kulturnoho fondu [Grant support for creative industries in Ukraine as in the case of Ukrainian Cultural Foundation]. *Culturological almanac, 1*, 51–53. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.16> [in Ukrainian].

Dmytrenko, O. (2021). Spivpratsia tretoho sektoru ta ukrainskoho kulturnohofondu yak pryklad modeli finansovoho partnerstvamizh derzhavoiu i neuriadovymy orhanizatsiiamy [Cooperation of the third sector and ukrainian cultural foundation as an example of the financial partnership model between the state and non-governmental organizations]. *Visnyk of the Lviv University Philosophical Political studies, 36*, 190–195. <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.36.23> [in Ukrainian].

Hrachova, N. (2023). Proiekt ukrainskoho kulturnoho fondu "Ukrainska literatura v komiksakh": ideia, stratehichni tsili, rezultaty [The project of the ukrainian cultural foundation "Ukrainian Literature in comics": Idea, strategic goals, results]. *Aesthetics and ethics of pedagogical action, 28*, 231–240. <https://doi.org/10.33989/2226-4051.2023.28.293194> [in Ukrainian].

Iefimova, A. V. (2023). Promotsiia tvorchosti: aktualni instrumenty komunikatsii u sferi vizualnoho mystetstva (na prykladi proiektiv, realizovanykh za pidtrymky Ukrainskoho kulturnoho fondu 2019-2021) [Promotion of creativity: current tools of communication in the field of visual arts (the case of projects implemented with the support of the Ukrainian cultural foundation 2019-2021)]. In *Cultural and artistic practices: world and Ukrainian context* (pp. 209–222). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-322-4-10> [in Ukrainian].

Karas, H. (2016). Osoblyvosti menedzhmentu ukrainskoi muzychnoi kultury v diaspori [Features of the management of Ukrainian musical culture in the diaspora]. *Karpatskyi krai, 1*(8), 177–184 [in Ukrainian].

Karas, H. (2018). Vykorystannia metodyk event-menedzhmentu v prezentatsii muzychnykh vydan [The use of event management techniques in the presentation of music publications]. In S. M. Sadovenko (Ed.), *Dialnist prodiusera v kulturno-mystetskomu prostori XXI stolittia: vyklyky ta kontseptsii sohodennia* [Producer's activity in the cultural and artistic space of the XXI century: challenges and concepts of the

- present] [Conference proceedings] (pp. 16–18). National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].
- Komarnitska, O. (2023). Kulturni proiekty Ukrainskoho kulturnoho fondu: 2018-2023 rr. [Cultural Projects of the Ukrainian Cultural Foundation: 2018-2023]. *Issues in Cultural Studies*, 42, 152–162. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293769> [in Ukrainian].
- Kulinich, O., & Havrashenko, A. (2020). Ukrainskyi kulturnyi fond yak subiekt publichnoi kulturnoi polityky [Ukrainian cultural foundation as a subject of public cultural policy]. *Theory and Practice of Public Administration*, 2(69), 50–57. <https://doi.org/10.34213/tp.20.02.06> [in Ukrainian].
- Obukh, L. (2021). *Menedzhment akademichnoi muzyky v sotsiokulturnomu prostori Ukrainy (kinets XX - pochatok XXI stolit)* [Management of academic music in the socio-cultural space of Ukraine (late twentieth - early twenty-first centuries)]. Symfoniia forte [in Ukrainian].
- Romaniv, I. I. (2023, May 18). Proiekty bandurnoho mystetstva v diialnosti Ukrainskoho kulturnoho fondu [Bandura art projects in the activities of the Ukrainian Cultural Foundation]. In *Novitni doslidzhennia kultury i mystetstva: poshuky, problemy, perspektyvy* [Recent Studies of Culture and Art: Search, Problems, Prospects] [Conference proceedings] (pp. 163–164). National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (2020). *Richnyi zvit 2019* [Annual report]. <https://cutt.ly/KwzY3Afu> [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (2021). *Richnyi zvit 2020* [Annual report]. <https://cutt.ly/0wzY7o5Y> [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.-a). *Richnyi zvit 2021* [Annual report]. Retrieved March 27, 2024, from <https://cutt.ly/lwzY6cs3> [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.-b). *Richnyi zvit UKF · 2018* [UCF Annual Report 2018]. Retrieved March 27, 2024, from <https://cutt.ly/WhiJtVJ> [in Ukrainian].

▪ SUPPORTED BY THE UKRAINIAN CULTURAL FOUNDATION MUSIC PROJECTS AS A DEVELOPMENT FACTOR OF NATIONAL CULTURE

▪ Andriy Bondarenko

▪ *PhD in Art Studies, Senior Lecturer,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID:0000-0002-6856-991X
e-mail: bondareandre@gmail.com*

The aim of the article is to study musical projects supported by the Ukrainian Cultural Fund (UCF) in the period from 2018 to 2021 from the point of view of their significance for the revival and development of Ukrainian culture and the efficiency of the grant funding model of

artistic projects. *Results.* Quantitative indicators of music projects supported by the UCF are presented; the share of projects focused on popularising Ukrainian music and projects related to the creation of new art works is calculated; the amount of funds allocated by the UCF is presented and compared with the amount of state funding of national bands. The applicants' chance of successfully receiving a grant and its dynamics during the studied period are calculated. The projects that, according to the data of the YouTube platform, have gained the most attention of the audience are highlighted. *The scientific novelty* of the study consists in the development of methodology for assessing the expediency and efficiency of state funding of art projects from the point of view of their potential demand, the interest of the Ukrainian public and the impact on the development of Ukrainian culture. The results of the study are significant for comparing different models of state funding, such as grant and planned. They show certain advantages of the latter. *Conclusions.* In spite of the fact that the total amount of state funds for music projects of the UCF is 20–30 times less than the amount of funds allocated annually by the state to finance the activity of national bands, the UCF grant model has proven its perspective and ability to support projects which are important for the revival of Ukrainian culture, and which implementation goes beyond the capabilities of state bands within the framework of planned budget financing. At the same time, the projects with the creative core of folk songs, such as the media resource “Polyphony” and the album “Shlyah” of the band “DahaBrakha”, show a high audience’s demand.

■ **Keywords:** Ukrainian Cultural Fund; musical projects; art projects; grants; project activity; Ukrainian culture



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318709

УДК 791.65.079(477):001.8

**КІНОФЕСТИВАЛІ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО
ВИВЧЕННЯ****Яна Зарічна**

*Здобувач вищої освіти ОС «доктор філософії»,
спеціальність 034 «Культурологія»,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID ID: 0009-0008-0408-7736
e-mail: zarichnayana@ukr.net*

Для цитування:

Зарічна, Я. (2024). Кінофестивалі в Україні як об'єкт наукового вивчення. *Питання культурології*, 44, 66–80. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318709>

Мета статті — узагальнити наукові здобутки щодо проблематики кінофестивалів в Україні. *Результати дослідження*. Історію появи та становлення фестивалів, їхні особливості та загалом фестивальний рух, складником якого є й кінофестивалі, досліджували науковці різних галузей, у тому числі й музикознавці та театрознавці, культурологи, історики та ін. Зокрема, вивчаються загальнотеоретичні питання фестивального руху, його культурологічний аспект (як соціокультурне явище, як принципово нова динамічна модель сьогочасної святкової культури з трансгресивними процесами та ін.), значення кінофестивалів для розвитку кінематографа, історії та організація кінофестивалів в Україні, їхня проблематика тощо. *Наукова новизна* полягає в узагальненні наукових здобутків щодо проблематики кінофестивалів в Україні, виокремленні їх сутнісних ознак і критеріїв типологізації (за масштабом і географією проведення, тематичною спрямованістю). *Висновки*. Підсумовано, що кінофестивалі як складник фестивального руху в Україні — це мистецьке явище та водночас соціокультурний феномен. Це потужний канал комунікації кіномитців з усього світу, інструмент сприяння утвердженню іміджу країни, а також важливий ресурс культурної дипломатії та інтеграції України до світового культурного простору. Акцентовано, що попри всю зазначену значущість кінофестивалів нагального дослідження потребують їх визначальні ознаки, художні концепції, особливості функціонування за жанровою репрезентацією та регіональним контекстом, специфіка організації та пріоритетні напрями кінофестивального руху в культурно-мистецькому житті України та ін. Як одна з оптимальних форм функціонування сучасного кіномистецтва кінофестивалі є вагомим чинником представлення українського кіно та української культури загалом у світовому культурному просторі, тож ґрунтовне вивчення кінофестивалів — актуальна й нагальна потреба сучасної культурології.

© Зарічна Я., 2024

Стаття надійшла до редакції: 11.11.2024

Ключові слова: фестиваль; фестивальний рух; кіно; кінофестивалі; кінофестивальна діяльність

Вступ

Однією з важливих ознак сучасного культурного простору України є поширення фестивального руху, що охоплює і кінофестивалі як свято кіно, засіб масової інформації, важливий «вузол» для глобальної кіноіндустрії, і навіть більше: як вирішальний центр для розвитку кінознання та кінопрактики. Кінофестивалі — це платформи, що підсилюють голоси кінематографістів, які прагнуть досягти соціального впливу. Надаючи кінематографістам «сцену», щоб продемонструвати свою майстерність і «підсилити свій голос», кінофестивалі актуалізують різноманітні наративи, стають епіцентрами змін і водночас сприяють діалогу. Але насамперед кінофестивалі пов'язані з національною кіноіндустрією, видимістю та розповсюдженням національного кіно, тож системне вивчення кінофестивалів в Україні на тлі уваги наукової спільноти до масових феноменів, які відіграють пріоритетну роль у сучасній культурі, є вкрай актуальним.

Аналіз попередніх досліджень

Історію появи та становлення фестивалів, їхні особливості і фестивальний рух загалом, складником якого є й кінофестивалі, досліджували науковці різних галузей, зокрема музикознавці і театрознавці, культурологи, історики та ін. Так, загальнотеоретичні питання фестивального руху — термінологію, функції, значення фестивалів у контексті процесів глобалізації тощо — розглядали К. Давидовський, Д. Зубенко, С. Зуєв, Н. Кучина, Х. Плецан, Є. Федорова, М. Швед та ін. Враховуючи наявні дослідження, К. Давидовський (2011) констатує: «Фестиваль — французьке слово (франц. festival — свято), яке походить від лат. festivus — веселий, святковий і означає масове свято, що демонструє досягнення в галузі музики, театру, кіно, естради» (с. 94). Таке трактування корелює й з позицією, викладеною у словнику іншомовних соціокультурних термінів «Словопедія» (Фестиваль, б.д.): фестиваль — це «масове святкування; показ, огляд досягнень театрального, естрадного, музичного, циркового та кінематографічного мистецтва». Спробу пояснити явище фестивалю широко, з огляду на етимологію слова та сучасний контекст його застосування, здійснює Д. Зубенко (2011) у праці «Розвиток фестивального руху в сучасній Україні». Він зазначає: «Латинські поняття “feast” та “festival” спочатку були тотожними й означали буквально “свято”. З часом “feast” закріпилося за релігійними святами, а “festival” набуло сучасного значення, зберігши обов'язковий елемент святковості та урочистості. Однак фестиваль відрізняється від свята, по-перше, обов'язковою присутністю тематики, а по-друге, наявністю певного суб'єкта-організатора, одного або декількох (якщо для свята підставою можуть бути традиції, пам'ятні дати та ін.). Отже, фестиваль можна визначити як організований захід з елементом святковості, що має визначену тематику (одну або декілька)» (Зубенко, 2011, с. 110–111). Д. Зубенко також розкриває особливості розвитку фестивального руху в сучасній Україні та обґрунтовує необхідність його наукового дослідження.

Новаторське бачення фестивалю у культурологічній думці як фестивальної культури, принципово нової динамічної моделі сьогочасної святкової культури з трансгресивними процесами пропонує Л. Бабушка (2020) у монографії «Фестивалізація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі». Мистецтвознавчі аспекти поняття «фестиваль» виокремлює Є. Федорова (2017). Узагальнюючи попередні напрацювання, авторка підсумовує, що «фестивалі — це своєрідні національні свята, які історично та на сучасному етапі належать до видовищ, що постають важливим механізмом передачі культурних традицій від покоління до покоління. Як феномену свята фестивалю притаманні всі елементи святковості: атмосфера, періодичність, традиційність, однак відмінною є визначена тематика» (Федорова, 2017, с. 113–114). На поліфункціональності сучасних фестивалів наголошує і Н. Кучина (2019), стверджуючи, що вони реалізуються «в культуротворчих, рекреативних, освітніх, культуроохоронних і комунікативних технологіях соціально-культурної діяльності. Природа фестивалю й донині зберігає всі ті особливості, які характеризували цей культурний феномен із початку виникнення» (с. 66). До слова, початковий зв'язок фестивалю як феномену культури «із культурою міста (згодом — столичного)» констатовано у дисертації С. Зуєва (2006), який, крім того, з'ясував закономірності поширення фестивального руху в українській культурі кінця ХХ — початку ХХІ ст., а також визначив особливості статусної ідентифікації сучасних українських фестивалів. Історичний аспект фестивального руху досліджує й О. Литовка (2013) у праці «Фестивальний рух України періоду її незалежності».

Розвиток фестивалів кінця ХХ — початку ХХІ ст. у культурологічній думці, актуальні проблеми дослідження фестивалів як драйверів розвитку креативних індустрій у контексті історико-культурологічного підходу проаналізувала Х. Плецан (2022) у праці «Фестивалі як драйвери розвитку креативних індустрій: історико-культурологічний підхід». На її думку, «фестиваль є платформою між культурою — мистецтвом — історією — креативністю — бізнесом, що забезпечує конкурентоспроможність креативного продукту в Україні» (Плецан, 2022, с. 203). Авторка доводить, що «фестивалі є унікальними, колоритними драйверами розвитку креативних індустрій в Україні, які спонукають до впровадження інновацій та активної синергії з індустріями різних сегментів культурно-креативного простору на основі людиноцентризму» (Плецан, 2022, с. 194). І далі зауважує: «фестивалі реалізують розвиток культурно-креативного простору та забезпечують популяризацію культурного коду українського суспільства загалом» (Плецан, 2022, с. 198).

У монографії М. Шведа (2010) «Тенденції розвитку міжнародних фестивалів сучасної музики», крім питань розвитку фестивального руху в Україні і за кодоном, розглянуто питання загальнотеоретичного змісту — концепції, термінологія, функції фестивалів, зокрема музичних, а також значення фестивалів у контексті процесів глобалізації. Що стосується типів фестивалів, то науковці розрізняють музичні, тематичні, гастрономічні, історичні, мистецькі, етнічні та інші типи, що свідчить про відсутність їхньої єдиної класифікації. Кінофестивалі належать до мистецьких фестивалів, але більшість публікацій із проблематики фестивального руху присвячені дослідженню фестивалів як культурно-мистецького феномену або суто музичним фестивалям.

У цьому контексті, крім згаданих вище праць С. Зуєва та М. Шведа, на увагу заслуговують і дослідження І. Бермес, А. Пискач, В. Романчишина, Г. Хрома та ін. Зокрема, І. Бермес (2015) аналізує організаційні засади музичного фестивального руху в Україні. На її думку, «сьогодні фести — це не тільки форма організації музичного життя, яскраві культурні події, це й потужний інструмент для поширення різних видів виконавського мистецтва, що сприяє піднесенню національної музичної культури» (Бермес, 2015, с. 150). А. Пискач (2011) аналізує фестивальний рух у культурному житті України на зламі ХХ–ХХІ ст. Г. Хрома (2002) розглядає фольклорні фестивалі України та проблеми сценічного втілення фольклору. В. Романчишин (2024) досліджує особливості організації та проведення музичних фестивалів в умовах повномасштабної російсько-української війни, окреслює здобутки, визначає проблеми, з'ясовує доцільність їх функціонування в небезпечний час. Окремі наукові праці присвячені вивченню театральних фестивалів (М. Близнюк (2010) та ін.), фестивалям ілюстрації (Н. Удріс-Бородавко і А. Павлюк (2021) та ін.).

Регіональним аспектам фестивального руху присвячені наукові розвідки С. Виткалова, О. Іванової, Ю. Москвічова, Ю. Ометюх та ін. Зокрема, С. Виткалов (2016) у праці «Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектору» розглядає «фестивальний рух як складник культурно-мистецького простору, що має достатньо широке представництво, цікаву і почасті складну історію розвитку» (Виткалов, 2016, с. 183). Проте С. Виткалов досліджує передусім фестивальні заходи на прикладі Рівненщини, виявляючи їх здобутки та культурний ефект, призначення і роль фестивального руху загалом у структурі культурно-дозвіллевої діяльності в сучасній Україні. Крім того, автор наводить окремі порівняльні характеристики фестивалів, організованих у різних регіонах країни, та виявляє їхні відмінності. На його думку, «про фестиваль як культурний феномен ідеться в багатьох публіцистичних розвідках, підготовлених як реакція на той чи інший захід, організований у будь-якому регіоні країни» (Виткалов, 2016, с. 183), хоча ця проблематика потребує ґрунтовнішого дослідження. Автор зосереджує увагу передусім на мистецьких фестивалях і заходах регіону як «презентації найпопулярніших мистецьких форм в образотворенні, музиці або національній кухні в усіх її видах, репрезентації обрядової практики» (Виткалов, 2016, с. 184). Культурно-фестивальний рух на Волині кінця ХХ – початку ХХІ ст. досліджує О. Іванова (2023), структурно-системний аналіз культурно-мистецьких фестивалів Львова початку ХХІ ст. здійснює Ю. Ометюх (2021), сучасні тенденції музичних фестивалів Вінниччини розглядає Ю. Москвічова (2017).

■ **Мета статті**

Мета статті — узагальнити наукові здобутки щодо проблематики кінофестивалів в Україні.

■ **Результати дослідження**

У просторі сучасної культури кінофестиваль — це не просто «фестиваль творів кіномистецтва» (*Кінофестиваль*, 2023), як це зазначається у Вікіпедії,

чи «показування кінофільмів, присвячених певній темі, або показування найкращих кінофільмів якоїсь однієї країни або кількох і більше країн» — як тлумачить його «Словник української мови» (Кінофестиваль, б.д.). Це «кроскультурний проєкт» (Я. Грановська (2019)) і водночас мало не єдиний майданчик, який надає «широкий перелік переваг і нових можливостей», і «з якого є шанс стартувати у світ кіно» (Комар & Солових, 2020, с. 121). Кінофестивалі відіграють значну роль у розвитку як міжнародного, так і українського кінематографа, щорічно проводячи конкурси фільмів, які оцінюють експертні журі, і відзначаючи переможців спеціальними призами — гран-прі, приз глядацьких симпатій та ін.

В Україні функціонують кінофестивалі різних видів, жанрів і спрямувань. Але, оскільки усталена і загальноприйнята класифікація кінофестивалів відсутня, їх можна типологізувати як мінімум за масштабом і географією проведення: міжнародні; національні; регіональні. До міжнародних кінофестивалів, які анонсують конкурсні програми у різних номінаціях (широко представлені студентські, короткометражні ігрові, анімаційні, документальні та повнометражні ігрові фільми), зараховуємо два кінофестивалі України: Київський Міжнародний кінофестиваль (КМКФ) «Молодість» (стартував у 1970 році спочатку як фестиваль студентських робіт Київського державного інституту ім. І. К. Карпенка-Карого) (molodist.com) і Одеський міжнародний кінофестиваль (ОМКФ) (проходить з 2010 року) (new.oiff.com.ua). Проте лише КМКФ «Молодість» у 1993 році було офіційно зареєстровано Міжнародною федерацією асоціацій кінопродюсерів (FIAPF) як міжнародний фестиваль, діяльність якого повністю відповідає міжнародним стандартам (Про Фестиваль, б.д.). КМКФ «Молодість» вважається найпрестижнішим кінофестивалем в Україні. Водночас чимало й інших кінофестивалів, які спеціалізуються на окремих номінаціях, теж вважаються міжнародними, оскільки в них беруть участь фільми не лише українського виробництва, а й з інших країн світу.

До регіональних кінофестивалів зараховуємо: Карпатський гірський міжнародний кінофестиваль (засновано у 2020 р.) (cmiff.org), Трускавецький міжнародний кінофестиваль «Корона Карпат» (проходив у 2010–2021 рр.) (koronakarpat.com.ua), Ірпінський кінофестиваль (2003–2014 рр.), міжнародний кінофестиваль «Бригантина» (м. Бердянськ) (1998–2014 рр.) та ін.

Міжнародні та регіональні кінофестивалі проводять конкурсні програми за кількома номінаціями: ігрове, документальне, анімаційне, експериментальне та інше кіно. Тож кінофестивалі можна класифікувати й за жанровою ознакою — за одним із конкретних жанрів представлених фільмів: кінофестивалі ігрового кіно; кінофестивалі документального кіно; кінофестивалі короткометражного кіно; кінофестивалі анімаційного кіно та ін. Зокрема, кінофестивалами документального кіно в Україні є: міжнародний фестиваль документального кіно про права людини «DOCUDAYS UA» (відбувається з 2003 р.) (docudays.ua), міжнародний фестиваль документального та художнього кіно «Kharkiv MeetDocs» (заснований з 2017 р.) (meetdocsfestival.com), «86» — фестиваль кіно та урбаністики, що спеціалізувався на документальному кіно (м. Славутич) (2014–2018 рр.), «ОКО» — міжнародний фестиваль етнографічного та антропологічного документального кіно (Одеська область, заснований у 2020 році).

Кінофестивалями короткометражного кіно є: Київський міжнародний фестиваль короткометражних фільмів (КМФКФ) (проходить з 2012 року) (kisff.org), фестиваль короткометражного незалежного українського кіно «Бардак» (м. Харків, проходить з 2017 р.) (bardakfest.com), Черкаський фестиваль короткометражного кіно «КіноШот» (2015–2021 рр.) (filmfreeway.com/kinoshot), міжнародний фестиваль короткометражного кіно «Щасливе життя» (м. Запоріжжя, з 2011 р.), «Wiz-Art» — міжнародний фестиваль короткометражних фільмів (м. Львів, проходить з 2008 р.) (wiz-art.ua/festival). Прикладом анімаційного кіно є міжнародний фестиваль актуальної анімації та медіамистецтва «LINOLEUM» (linoleumfest.com) (проходить з 2014 р.).

За тематичною спрямованістю кінофестивалі поділяються на: тематичні, дитячі та ін. До тематичних кінофестивалів можна зарахувати: «Відкрита ніч» — кінофестиваль україномовного кіно (проходить з 1997 року), «КіноЛев» — фестиваль незалежного кіно в межах святкування Дня Незалежності України (м. Львів, заснований у 2006 р.), Київський міжнародний фестиваль акторів кіно «Стожари» (1995–2005 рр.), «КІНОКО» — єдиний кінооператорський фестиваль в Україні (заснований у 2018 р.), міжнародний інтернет-фестиваль незалежного кіно «SpaceLiberty» (м. Львів, заснований у 2011 р.), фестиваль сценарної майстерності «Кіноскрипт» (м. Київ, 2014–2017 рр.), фестиваль німого кіно та сучасної музики «Німі ночі» (м. Одеса, 2010–2011 рр.) та ін. Дитячі кінофестивалі: «Кришталеві джерела» — міжнародний дитячий, молодіжний фестиваль аудіо-візуальних мистецтв (кіно, телебачення, радіомовлення, фото) (1991–2014 рр.), міжнародний кінофестиваль для дітей і підлітків «Чілдрен Кінофест» (проходить з 2014 р.) (childrenkinofest.com).

Різні аспекти кінофестивальної діяльності в Україні досліджують науковці різних галузей, зокрема мистецтвознавці, культурологи, історики та ін. Більшість публікацій присвячено питанням історії та організації кінофестивалів в Україні, а передусім діяльності Київського міжнародного кінофестивалю «Молодість». Так, історії становлення та розвитку КМФКФ «Молодість», проведенню окремих його сезонів, огляду фільмів, представлених на цей кінофестиваль, тощо присвячені праці І. Зубавіної, Т. Кохан, О. Мусієнко, Л. Новікової та ін. Зокрема, варто зазначити публікації Л. Новікової (2002; 2010; 2011), в яких авторка досліджує історію фестивалю до початку ХХІ ст., розкриває його діяльність як віддзеркалення генези національного кінопростору України, а також ідентифікацію у світі. Т. Кохан (2009) у праці «Кінофестиваль в контексті функціональності мистецтва» звертає увагу на специфіку функціональної спрямованості кінофестивалів, зокрема фестивалю «Молодість» як важливого складника сучасного культуротворчого процесу. Окремі праці присвячені огляду фільмів, представлених на фестивалі в різні роки: наприклад, І. Зубавіна (2005) аналізує 34-й кінофестиваль «Молодість-2004»; Н. Мусієнко (2010) здійснює огляд фільмів, представлених на кінофестивалі «Молодість-2009», серед яких фільм українського режисера Л. Мацько «Хто такий Тімур. П'ять історій». В. Скуратівський (2008) аналізує студентське кіно, репрезентоване на КМФКФ «Молодість», а також розглядає діяльність деяких студій кіно, зокрема студії анімаційного кіно «Крок», дитячо-юнацьких студій «Жайвір», «Веснянка» та ін. Проте вищевказані праці

висвітлюють лише окремі питання функціонування КМКФ «Молодість» і здебільшого до 2010–2012 рр. Діяльність кінофестивалю під час Майдану й останніми роками, особливо у період COVID-19 та в умовах російсько-української війни, практично не досліджено.

Проблематику українських міжнародних кінофестивалів, їх значення у культурно-мистецькому житті України вивчали С. Васильєв, Г. Погребняк та ін. Зокрема, С. Васильєв (2020) вважає, що міжнародні кінофестивалі як мистецьке явище «визначають кінематографічний канон, вказуючи, які фільми мають видатну мистецьку значущість і водночас є осередками світового кінобізнесу, тісно пов'язаними з національними кіноіндустріями і дистрибуцією» (Васильєв, 2020, с. 276). На його думку, виконуючи «множину функцій» (Васильєв, 2020, с. 276), вони стали потужним каналом комунікації кіномитців з усього світу, інструментом формування іміджу кожної країни, а також складником культурної дипломатії України, сприяючи її інтеграції до світового культурного простору. Водночас Г. Погребняк (2021b), позиціонуючи міжнародні кінофестивалі як соціокультурне явище, які «мають значний соціально-економічний потенціал і є потужним складником культурно-мистецького життя» (Погребняк, 2021b, с. 164), докладно досліджує проблематику авторського кінематографа на межі XX–XXI ст. (Погребняк, 2021a), звертає увагу і на представленні авторського кіно на міжнародних кінофестивалях.

Розглядаючи питання фестивалю анімації в сучасному українському культурному просторі (на прикладі фестивалю анімаційного кіно в Україні «LINOLEUM»), К. Мараховська (Marakhovska, 2021) зазначає, що «анімафестивалі є потужним каталізатором креативного процесу та сприяють створенню середовища для подальшого розвитку й популяризації мистецтва анімації» (рр. 240–241). Дослідниця також зауважує, що «фестивалі анімації мають потужний культурний і мистецький потенціал: вони демонструють нові тенденції та мистецькі новації; дають змогу уникнути ізольованості мистецтва; надають авторам змогу виставити свої творіння на огляд глядачів та експертів; забезпечують творчу та професійну комунікацію» (Marakhovska, 2021, р. 242).

У праці О. Москаленко-Висоцької та Р. Ширмана (2024) «Російсько-українська війна як тематична домінанта в українському документальному кіно останнього десятиліття» проаналізовано фільмографію українських режисерів доби російсько-української війни, які брали участь у кінофестивалях в Україні та світі, та здатність їхніх стрічок передавати міжнародній аудиторії достовірну інформацію про воєнні реалії. Автори вперше в українському аудіовізуальному дискурсі розглянули значущість фестивального документального кіно як платформи для фіксації воєнних подій 2014–2024 рр. та глибинних змін у суспільстві, пов'язаних з ними.

Окремі питання проведення кінофестивалів порушують у своїх працях й інші науковці. Так, І. Гавран (Gavran et al., 2022) аналізує специфіку роботи тележурналіста на кінофестивалях класу «А», А. Медведєва та О. Середицький (Medvedieva & Sereytskyi, 2022) досліджують роботу найвизначніших світових кінофестивалів і специфіку роботи телеоператора на кінофестивалях класу «А», Л. Новікова (2020) звертає увагу на політичний аспект міжнародних кіно-

фестивалів. Отже, як слушно зазначають О. Безручко та Н. Качмар (Bezruchko & Kachmar, 2021) у праці «Розвиток сучасного українського кіномистецтва», «сучасний український кінематограф стрімко розвивається. В українських кіно-театрах регулярно виходять українські фільми, демонструються в конкурсах престижних світових кінофестивалів, покоління перспективних митців дебютують з повнометражними фільмами, українські кінокомпанії співпрацюють з державою та міжнародними партнерами» (р. 209).

Висновки

Кінофестивалі як складник фестивального руху в Україні — це мистецьке явище і водночас соціокультурний феномен. Це потужний канал комунікації кіномитців з усього світу, інструмент сприяння утвердженню іміджу країни, а також важливий ресурс культурної дипломатії та інтеграції України до світового культурного простору. Попри всю зазначену значущість кінофестивалів нагального дослідження потребують їх визначальні ознаки, художні концепції, особливості функціонування за жанровою репрезентацією та регіональним контекстом, специфіка організації та пріоритетні напрями кінофестивального руху в культурно-мистецькому житті України та ін. Як одна з оптимальних форм функціонування сучасного кіномистецтва кінофестивалі є вагомим чинником представлення українського кіно та української культури загалом у світовому культурному просторі, тож ґрунтовне вивчення кінофестивалів — актуальна й нагальна потреба сучасної культурології.

Список посилань

- Бабушка, Л. Д. (2020). *Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі*. Лисенко М. М.
- Бермес, І. (2015). Організаційні засади музичного фестивального руху в Україні. *Культурологічна думка*, 8, 150–155.
- Близнюк, М. М. (2010). Театральні фестивалі як форма культурного співробітництва. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, 11, 35–41.
- Васильєв, С. В. (2020). Український кінематограф на міжнародних кінофестивалях класу «А» у 2018 році. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 275–280. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2020.220589>
- Виткалов, С. В. (2016). Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектора. *Культура України*, 52, 182–190.
- Грановська, Я. (2019, 26 квітня). Кінофестиваль як крос-культурний проект. В *Сучасні дослідження в галузі культури і мистецтва* [Матеріали конференції] (с. 71–74). Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого.
- Давидовський, К. (2011). Міжнародний фестивальний рух у формуванні культурно-мистецького середовища України (на прикладі міжнародних музичних фестивалів «Київські літні музичні вечори» та «Віртуози планети»). *Культурологічна думка*, 3, 94–100.
- Зубавіна, І. (2005). Респектабельний вік «Молодості». *Мистецтвознавство України*, 5, 359–363.

- Зубенко, Д. В. (2011). Розвиток фестивального руху в сучасній Україні. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*, 4(12), 110–114. <https://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/124992/119506>
- Зуєв, С. П. (2006). *Сучасний культурний простір та семіотика музичного фестивалю (на матеріалах Харкова)* [Дисертація кандидата мистецтвознавства, Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка].
- Іванова, О. О. (2023). *Конкурсно-фестивальний рух на Воліні кінця ХХ – початку ХХІ століть: культурно-історичний та комунікативний аспекти* [Дисертація доктора філософії, Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України]. https://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-files/Dissertation_Ivanova.pdf
- Кінофестиваль* (2023, 30 січня). В *Вікіпедія*. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кінофестиваль>
- Кінофестиваль. (б.д.). В *Словник.ua*. Взято 15 серпня 2024 з <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=кінофестиваль>
- Комар, Р. О., & Солових, Є. М. (2020). Кінофестиваль як інструмент «м'якої сили» культурної дипломатії у міжнародних відносинах. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*, 1(20), 117–129. <https://doi.org/10.34142/24130060.2020.20.1.11>
- Кохан, Т. (2009). Кінофестиваль в контексті функціональності мистецтва. *Культура і сучасність*, 1, 104–108.
- Кучина, Н. І. (2019). Фестиваль як феномен культури. *Культура України*, 65, 57–68. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.065.05>
- Литовка, О. (2013). Фестивальний рух України періоду її незалежності. *Вісник КНУКіМ. Серія: Соціальні комунікації*, 2, 111–115.
- Москаленко-Висоцька, О., & Ширман, Р. (2024). Російсько-українська війна як тематична домінанта в українському документальному кіно останнього десятиліття. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 50, 50–58. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306757>
- Москвічова, Ю. О. (2017). Сучасні тенденції музичних фестивалів Вінниччини. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Мистецтвознавство*, 24, 126–133.
- Мусієнко, Н. (2010). Подвійне дзеркало Молодості. *Art-курсив*, 4, 29–32.
- Новикова, Л. (2002). Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість»: історія і сучасність. *Мистецькі обрії'2000*, 3, 408–410.
- Новикова, Л. (2010). Ідентифікація сучасного українського кінематографа в світі. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*, 6, 102–111.
- Новикова, Л. (2011). Кінофестиваль «Молодість» як віддзеркалення генези національного кінопростору України. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*, 9, 120–133.
- Новикова, Л. (2020, 30 квітня). Політичний аспект діяльності міжнародних кінофестивалів. В *Сучасні дослідження в галузі культури і мистецтва* [Матеріали конференції] (с. 97–99). Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого.

- Ометюх, Ю. (2021). Музично-мистецькі фестивалі Львова початку XXI століття: структурно-системний аналіз. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 43(2), 74–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/43-2-12>
- Пискач, А. А. (2011). Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: неофольклорні тенденції. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 17(2), 90–93.
- Плецан, Х. В. (2022). Фестивалі як драйвери розвитку креативних індустрій: історико-культурологічний підхід. *Питання культурології*, 39, 194–209. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256927>
- Погребняк, Г. П. (2021а). *Авторський кінематограф у художній культурі другої половини ХХ – початку ХХІ століття* [Дисертація доктора мистецтвознавства, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв].
- Погребняк, Г. П. (2021b). Функціонування режисерських моделей авторського кіно в культурно-мистецькому просторі міжнародних кінофестивалів. *АРТ-платФОРМА*, 4(2), 164–188. <https://doi.org/10.51209/platform.2.4.2021.164-188>
- Про Фестиваль. (б.д.). *КМКФ Молодість*. Взято 15 серпня 2024 з <https://molodist.com/about>
- Романчишин, В. Г. (2024). Особливості функціонування музичних фестивалів в умовах війни. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*, 34, 242–252. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.34.2024.305734>
- Скуратівський, В. (2008). Молоде кіно біля «нульового меридіану». В *Сучасні проблеми художньої освіти в Україні* (Вип. 4, с. 14–15). Інтертехнологія
- Удріс-Бородавко, Н., & Павлюк, А. (2021). Фестивалі ілюстрацій та книжкові ярмарки у розвитку української ілюстрації як сектору креативних індустрій. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246819>
- Федорова, Є. В. (2017). Поняття «фестиваль» та його мистецтвознавчі аспекти. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*, 13, 110–120.
- Фестиваль*. (б.д.). В *Словопедія. Словник іншомовних соціокультурних термінів*. Взято 15 серпня 2024 з <http://slovoopedia.org.ua/39/53412/260991.html>
- Хрома, Г. (2002). Фольклорні фестивалі України і проблеми сценічного втілення фольклору. *Вісник КНУКіМ. Мистецтвознавство*, 6, 107–113.
- Швед, М. Б. (2010). *Тенденції розвитку міжнародних фестивалів сучасної музики*. Сполном.
- Bezruchko, O., & Kachmar, N. (2021). The Development of Contemporary Ukrainian Cinema. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 4(2), 208–216. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.4.2.2021.248680>
- Gavran, I., Hutsal, R., & Kushnarov, D. (2022). Specific Features of TV Journalist's Work at the World Film Events. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 5(1), 16–22. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.5.1.2022.256947>
- Marakhovska, K. (2021). Animation Festival in the Modern Ukrainian Cultural Space. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 233–243. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235919>

Medvedieva, A., & Seredytskyi, O. (2022). Special Aspects of the Cameramen's Work at the "A" List Film Festivals. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 5(1), 8–15. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.5.1.2022.256946>

References

- Babushka, L. D. (2020). *Festyvatsiia yak komunikatyvnyi apropiator hlobalizatsiinykh interesiv u kulturotvorchomu prostori* [Festivalization as a communicative appropriator of globalization interests in the cultural space]. Lysenko M. M. [in Ukrainian].
- Bermes, I. (2015). Orhanizatsiini zasady muzychnoho festyvalnoho rukhu v Ukraini [Organizational principles of the music festival movement in Ukraine]. *The Culturology ideas*, 8, 150–155 [in Ukrainian].
- Bezruchko, O., & Kachmar, N. (2021). The Development of Contemporary Ukrainian Cinema. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 4(2), 208–216. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.4.2.2021.248680> [in English].
- Blyzniuk, M. M. (2010). Teatralni festyvali yak forma kulturnoho spivrobitnytstva [Theater festivals as a form of cultural cooperation]. *Culture and arts in the modern world*, 11, 35–41 [in Ukrainian].
- Davydovskiy, K. (2011). Mizhnarodnyi festyvalnyi rukh u formuvanni kulturno-mystetskoho seredovyscha Ukrainy (na prykladi mizhnarodnykh muzychnykh festyvaliv "Kyivski litni muzychni vechory" ta "Virtuozny planety") [The international festival movement in the formation of the cultural and artistic environment of Ukraine (on the example of the international music festivals "Kyiv Summer Musical Evenings" and "Virtuosos of the Planet")]. *The Culturology ideas*, 3, 94–100 [in Ukrainian].
- Fedorova, Ye. V. (2017). Poniattia "festyval" ta yoho mystetstvoznavchi aspekty [The concept of "festival" and its art history aspects]. *Bulletin of Mariupol State University. Series: Philosophy, Cultures Studies, Sociologi*, 13, 110–120 [in Ukrainian].
- Festyval [Festival]. (n.d.). In *Slovopedia. Slovnyk inshomovnykh sotsiokulturnykh terminiv*. Retrieved August 15, 2024, from <http://slovopedia.org.ua/39/53412/260991.html> [in Ukrainian].
- Gavran, I., Hutsal, R., & Kushnarov, D. (2022). Specific Features of TV Journalist's Work at the World Film Events. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 5(1), 16–22. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.5.1.2022.256947> [in English].
- Hranovska, Ya. (2019, April 26). Kinofestyval yak kros-kulturnyi proekt [Film festival as a cross-cultural project]. In *Suchasni doslidzhennia v haluzi kultury i mystetstva* [Modern research in the field of culture and art] [Conference proceedings] (pp. 71–74). I. K. Karpenko-Karyi Kyiv National University of Theatre, Cinema and Television [in Ukrainian].
- Ivanova, O. O. (2023). *Konkursno-festyvalnyi rukh na Volyni kintsia XX - pochatku XXI stolit: kulturno-istorychnyi ta komunikatyvnyi aspekty* [Competition and festival movement in Volyn at the end of the 20th - beginning of the 21st centuries: cultural, historical and communicative aspects] [Doctoral Dissertation, Modern Art Research Institute National Academy of Arts of Ukraine]. https://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-files/Dissertation_Ivanova.pdf [in Ukrainian].

- Khroma, H. (2002). Folklorni festyvali Ukrainy i problemy stsenichnoho vtilennia folkloru [Folklore festivals of Ukraine and problems of stage embodiment of folklore]. *Bulletin of KNUKiM. Series in Arts*, 6, 107–113 [in Ukrainian].
- Kinofestyval [Film Festival]. (2023, January 30). In *Wikipedia*. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Kinofestyval> [in Ukrainian].
- Kinofestyval [Film Festival]. (n.d.). In *Slovnuk.ua*. Retrieved August 15, 2024, from <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=kinofestyval> [in Ukrainian].
- Kokhan, T. (2009). Kinofestyval v konteksti funkcionalnosti mystetstva [Film festival in the context of the functionality of art]. *Culture and contemporaneity*, 1, 104–108 [in Ukrainian].
- Komar, R. O., & Solovykh, Ye. M. (2020). Kinofestyval yak instrument "miakoi syly" kulturnoi dyplomatii u mizhnarodnykh vidnosynakh [The film festival as an instrument of "soft power" of cultural diplomacy in international relations]. *Modern society: political sciences, sociological sciences, culturological sciences*, 1(20), 117–129. <https://doi.org/10.34142/24130060.2020.20.1.11> [in Ukrainian].
- Kuchyna, N. I. (2019). Festyval yak fenomen kultury [Festival as a phenomenon culture]. *Culture of Ukraine*, 65, 57–68. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.065.05> [in Ukrainian].
- Lytovka, O. (2013). Festyvalnyi rukh Ukrainy periodu yii nezalezhnosti [Festival movement of Ukraine during its independence]. *Visnyk KNUKiM. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2, 111–115 [in Ukrainian].
- Marakhovska, K. (2021). Animation Festival in the Modern Ukrainian Cultural Space. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 233–243. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235919> [in English].
- Medvedieva, A., & Seredytskyi, O. (2022). Special Aspects of the Cameramen's Work at the "A" List Film Festivals. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production*, 5(1), 8–15. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.5.1.2022.256946> [in English].
- Moskalenko-Vysotska, O., & Shyrman, R. (2024). Rosiisko-ukrainska viina yak tematychna dominanta v ukrainskomu dokumentalnomu kino ostannoho desiatyillittia [Russia-Ukraine War as a Thematic Dominant in Ukrainian Documentary Cinema of the Last Decade]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Arts*, 50, 50–58. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306757> [in Ukrainian].
- Moskvichova, Yu. O. (2017). Suchasni tendentsii muzychnykh festyvaliv Vinnychchyny [Modern trends of the Vinnytsia regional music festivals]. *Ukrainian culture: past, modern and ways of development*, 24, 126–133.
- Musiienko, N. (2010). *Podviine dzerkalo Molodosti* [Double Mirror of Youth]. *Art-kursyv*, 4, 29–32 [in Ukrainian].
- Novikova, L. (2010). Identyfikatsiia suchasnoho ukrainskoho kinematohrafa v sviti [Identification of Modern Ukrainian Cinema in the World]. *Academic Bulletin of Kyiv National Karpenko-Karyi University of Theatre, Cinema and Television*, 6, 102–111 [in Ukrainian].
- Novikova, L. (2011). Kinofestyval "Molodist" yak viddzermalennia henezy natsionalnoho kinoprostoru Ukrainy [Film Festival "Molodist" as a Reflection of the Genesis of the National Cinema Space of Ukraine]. *Academic Bulletin of Kyiv National Karpenko-Karyi University of Theatre, Cinema and Television*, 9, 120–133 [in Ukrainian].

- Novikova, L. (2020, April 30). Politychnyi aspekt diialnosti mizhnarodnykh kinofestyvaliv [Political Aspect of the Activity of International Film Festivals]. In *Suchasni doslidzhennia v haluzi kultury i mystetstva* [Modern Studies in the Field of Culture and Art] [Conference proceedings] (pp. 97–99). I. K. Karpenko-Karyi Kyiv National University of Theatre, Cinema and Television [in Ukrainian].
- Novyikova, L. (2002). Kyivskiy mizhnarodnyi kinofestyval "Molodist": istoriia i suchasnist [Kyiv International Film Festival "Molodist": History and Modernity]. *Mystetski obrii*'2000, 3, 408–410 [in Ukrainian].
- Ometiukh, Yu. (2021). Muzychno-mystetski festyvali Lvova pochatku KhKhI stolittia: strukturno-systemnyi analiz [Music and art festivals of Lviv at the beginning of the XXI century: structural and system analysis]. *Humanities science current issues*, 43(2), 74–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/43-2-12> [in Ukrainian].
- Pletsan, Kh. V. (2022). Festyvali yak draivery rozvytku kreatyvnykh industrii: istoryko-kulturolohichni pidkhid [Festivals as drivers of creative industry development: historical and cultural approach]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 194–209. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256927> [in Ukrainian].
- Pohrebniak, H. P. (2021a). *Avtorskyi kinematohraf u khudozhnii kulturi druhoi polovyny XX - pochatku XXI stolittia* [Authorial Cinema in the Artistic Culture of the Second Half of the 20th - Early 21st Century] [Doctoral Dissertation, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Pohrebniak, H. P. (2021b). Funktsionuvannia rezhyserskykh modelei avtorskoho kino v kulturno-mystetskomu prostori mizhnarodnykh kinofestyvaliv [Functioning of directing models of author cinema in the cultural and artistic space of international film festivals]. *ART-platFORM*, 4(2), 164–188. <https://doi.org/10.51209/platform.2.4.2021.164-188> [in Ukrainian].
- Pro Festyval [About the Festival]. (n.d.). *KMKF Molodist*. Retrieved August 15, 2024, from <https://molodist.com/about> [in Ukrainian].
- Pyskach, A. A. (2011). Festyvalnyi rukh u kulturnomu zhytti Ukrainy kintsia XX – pochatku XXI st.: neofolklori tendentsii [Festival Movement in the Cultural Life of Ukraine in the Late 20th and Early 21st Centuries: Neo-Folklore Trends]. *Ukrainian culture: past, modern and ways of development*, 17(2), 90–93 [in Ukrainian].
- Romanchyshyn, V. H. (2024). Osoblyvosti funktsionuvannia muzychnykh festyvaliv v umovakh viiny [Features of functioning of music festivals in the conditions of war]. *Academic Bulletin of Kyiv National Karpenko-Karyi University of Theatre, Cinema and Television*, 34, 242–252. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.34.2024.305734> [in Ukrainian].
- Shved, M. B. (2010). *Tendentsii rozvytku mizhnarodnykh festyvaliv suchasnoi muzyky* [Trends in the development of international festivals of contemporary music]. Spolom [in Ukrainian].
- Skurativskiy, V. (2008). Molode kino bilia "nulovoho merydianu" [Young cinema near the "zero meridian"]. In *Suchasni problemy khudozhnoi osvity v Ukraini* [Contemporary problems of art education in Ukraine] (Vol. 4, pp. 14–15). Intertekhnolohiia [in Ukrainian].
- Udris-Borodavko, N., & Pavliuk, A. (2021). Festyvali iliustratsii ta knyzhkovi yarmarky u rozvytku ukrainskoi iliustratsii yak sektoru kreatyvnykh industrii [Illustration Festivals and Book Fairs in the Development of Ukrainian Illustration as a Sector of Creative Industries].

- Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246819> [in Ukrainian].
- Vasyliiev, S. V. (2020). Ukrainskyi kinematohraf na mizhnarodnykh kinofestyvaliakh klasu "A" u 2018 rotsi [Ukrainian cinema at "A-list" International Film Festivals in 2018]. *National Academy of Culture and Arts Management Herald*, 2, 275–280. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2020.220589> [in Ukrainian].
- Vytkalov, S. V. (2016). Festyvalnyi rukh yak kulturnyi fenomen suchasnosti: analiz rehionalnoho vektora [Festival movement as a cultural phenomenon of our age: an attempt to analyze the regional vector]. *Culture of Ukraine*, 52, 182–190 [in Ukrainian].
- Zubavina, I. (2005). Respektabelnyi vik "Molodosti" [Respectable Age of "Molodist"]. *Art research of Ukraine*, 5, 359–363 [in Ukrainian].
- Zubenko, D. V. (2011). Rozvytok festyvalnoho rukhu v suchasni Ukraini [Development of the Festival Movement in Modern Ukraine]. *National Technical University of Ukraine Journal. Political science. Sociology. Law*, 4(12), 110–114. <https://visnyk-ppsp.kpi.ua/article/view/124992/119506> [in Ukrainian].
- Zuiev, S. P. (2006). *Suchasnyi kulturnyi prostir ta semiotyka muzychnoho festyvaliu (na materialakh Kharkova)* [Modern cultural space and semiotics of a music festival (based on materials from Kharkiv)] [PhD Dissertation, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko].

FILM FESTIVALS IN UKRAINE AS AN OBJECT OF SCIENTIFIC STUDY

Yana Zarichna

PhD Student,
Speciality 034 "Cultural Studies",
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0009-0008-0408-7736
e-mail: zarichnayana@ukr.net

The aim of the article is to summarise scientific achievements regarding the issues of film festivals in Ukraine. *Results.* The history of emergence and formation of festivals, their peculiarities and a festival movement in general, which includes film festivals, are researched by scientists of various fields, including music and theatre experts, cultural studies experts, historians, et al. In particular, general theoretical issues of the festival movement, its culturological aspect (as a sociocultural phenomenon, as a fundamentally new dynamic model of modern festive culture with transgressive processes, etc.), the importance of film festivals for the development of cinematography, the history and organisation of film festivals in Ukraine, their main topics, etc. are studied. *The scientific novelty* consists in generalising scientific achievements regarding the questions of film festivals in Ukraine, identifying their essential features and typology criteria (by scale and geography of holding, as well as thematic focus). *Conclusions.* It is summarised that film festivals, as a component of the festive movement

in Ukraine, are an artistic and at the same time a sociocultural phenomenon. It is a powerful communication channel of film artists from all over the world, a tool for promoting the image of the country, as well as an important resource for Ukraine's cultural diplomacy and integration into the world cultural space. It is emphasised that, despite all the mentioned significance of film festivals, their defining features, artistic concepts, peculiarities of functioning according to genre representation and regional context, specifics of organisation and priority directions of the film festival movement in the cultural and artistic life of Ukraine, etc., are in urgent need of studying. As one of the optimal forms of modern film art functioning, film festivals are an effective factor in the presentation of Ukrainian cinema, as well as Ukrainian culture in general, in the world cultural space. Consequently, a profound study of film festivals is an urgent and topical need of modern cultural studies.

■ **Keywords:** festival; festival movement; cinema; film festivals; film festival activity



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318716

УДК 37.026:001.895]:[008:378.4(477.11)

ПЕДАГОГІЧНИЙ ВОРКШОП ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Катерина Кириленко^{1а}, Людмила Бойко^{2а}, Вікторія Стратюк^{3а}

¹Докторка педагогічних наук, професорка,

ORCID ID: 0000-0002-3303-3947

e-mail: kf919@ukr.net

²Кандидатка педагогічних наук, професорка,

ORCID ID: 0000-0001-8809-060X

e-mail: kf919@ukr.net

³Магістр,

ORCID ID: 0000-0001-7125-3361

e-mail: vikastratuk@gmail.com

^аКиївський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

Для цитування:

Кириленко, К., Бойко, Л., & Стратюк, В. (2024). Педагогічний воркшоп як інструмент формування інноваційного навчального середовища в закладі вищої освіти культурологічного спрямування. *Питання культурології*, 44, 81–93. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318716>

Мета статті — проаналізувати досвід проведення педагогічного воркшопу в межах педагогічної практики на третьому освітньо-науковому рівні в Київському національному університеті культури і мистецтв (КНУКіМ) як інструмент формування інноваційного навчального середовища закладу вищої освіти культурологічного спрямування та інноваційної культури здобувачів освіти. *Результати дослідження* засвідчили: впровадження воркшопу в освітню практику сприяє зацікавленню здобувача освіти в навчальних взаємодіях, формує емпатичне дидактичне середовище, дає змогу налагодити багатовекторну взаємодію між науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти різних рівнів та забезпечити дієву трансляцію професійного і педагогічного досвіду в освітній установі культурологічного спрямування. *Наукова новизна* полягає у висвітленні та аналізі досвіду педагогічного воркшопу «Як зацікавити студента на лекції?» із використанням педагогічної технології «шість капелюхів мислення», який відбувся в КНУКіМ у травні 2024 року та був частиною проведення педагогічної практики здобувачів освіти третього освітньо-наукового рівня «Доктор філософії» (PhD); описі технології його проведення, обґрунтуванні

© Кириленко К., 2024

© Бойко Л., 2024

© Стратюк В., 2024

Стаття надійшла до редакції: 13.07.2024

результатів. *Висновки.* Описано досвід проведення педагогічного воркшопу «Як зацікавити студента на лекції?» в КНУКіМ, висвітлено та проаналізовано технологію його проведення з використанням методу «шести капелюхів». Обґрунтовано, що проведення педагогічних воркшопів у межах організації педагогічної практики на третьому освітньо-науковому рівні дозволяє зацікавити здобувачів освіти в майбутній професії, в організації освітніх взаємодій із залученням творчих педагогічних технологій, сприяє становленню інноваційної культури майбутніх науково-педагогічних працівників. Встановлено, що педагогічний воркшоп формує емпатичне комунікативне дидактичне середовище, налагоджує багатовекторну взаємодію між науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти різних рівнів, забезпечує дієву трансляцію педагогічного досвіду в освітній установі. Визначено, що проведення воркшопів в освітніх установах культурологічного спрямування є дієвим інструментом трансляції професійного досвіду творчої діяльності. Зазначено, що педагогічні воркшопи мають психотерапевтичний ресурс, сприяють формуванню у здобувачів освіти життєстійкості та стресостійкості.

■ **Ключові слова:** воркшоп; метод «шести капелюхів»; інноваційна культура здобувачів освіти; інноваційне освітнє середовище; КНУКіМ

■ Вступ

Освітні установи в умовах швидкої трансформації суспільного та культурного дискурсів своїм нагальним завданням мають не лише збереження, примноження та трансляцію наукового доробку, але й організацію навчального простору відповідно до вимог часу та психолого-педагогічних особливостей покоління, що здобуває освіту в цих інституціях. Інноваційність як симетрична відповідь на динаміку світового цілого, а відтак і холістичну єдність усього наявного, стала визначальною рисою сьогодення та сформувала нагальну вимогу до особистості — формування та постійне оновлення її інноваційної культури як особистісної та професійної характеристики. За цих умов заклади вищої освіти (ЗВО) покликані закласти підвалини формування інноваційної культури здобувачів освіти та навчити їх впроваджувати інноваційні методи навчання на шляху власного саморозвитку, використовувати їх як інструменти майбутньої професійної діяльності.

Особливо нагально питання формування інноваційної культури здобувача освіти стоїть в контексті підготовки спеціалістів на третьому освітньо-науковому рівні, вихованці якого є водночас і тими, хто навчається, і тими, хто навчає. Висвітлення та аналіз наявного досвіду формування інноваційної культури здобувачів освіти, створення інноваційного освітнього середовища ЗВО є важливим елементом трансформації освітніх установ в контексті посилення їх інноваційного потенціалу.

Завдання інноваційної модернізації слід розглядати як першочергове для закладу освіти, який здійснює підготовку спеціалістів в галузі культури та покликаний творчо навчати творчу молодь. КНУКіМ перманентно оновлює власний педагогічний досвід у напрямі пошуку нових інструментів посилення синергетичного потенціалу освітньо-культурного навчального простору та формування інноваційної культури всіх учасників освітнього процесу.

■ Аналіз попередніх досліджень

Питання створення інноваційного освітнього середовища в закладах освіти було предметом численних наукових розвідок останніх років, спрямованих на вивчення інноваційного потенціалу дошкільної (цьому присвячена збірка наукових праць за загальною редакцією О. Максимової та М. Федорової (2022), яку підготував Житомирський державний університет імені Івана Франка), шкільної (Герасименко, 2023), професійної (Смілик, 2023) та вищої освіти (Гриб & Клименченко, 2020). Дослідники К. Гораш та А. Боднар (2023) зазначають, що в процесі створення інноваційного освітнього середовища в ЗВО важливу роль відіграє активне впровадження освітніх інновацій, залучення сучасних педагогічних технологій. Інноваційною формою навчання, що має потужний дидактичний ресурс і широкі можливості до трансформації, є воркшоп, на що вказує, зокрема, І. Шеплякова (2020). Воркшоп забезпечує динамічне навчання, здобуття теоретичного знання в процесі опанування практичних навичок і передбачає використання методологічного інструментарію, так само відкритого до трансформацій. У цьому контексті значний потенціал містить метод «шести капелюхів мислення», розроблений британським психологом Е. де Боно (De Bono, 1985). Наявні численні приклади його успішного використання, зокрема описано досвід впровадження технології в загальноосвітніх установах (Лагола & Харчук, 2024), де він активно використовується з огляду на простоту та видовищність атрибутивного супроводу. Втім, досвід залучення методу шести капелюхів до проведення педагогічного воркшопу в межах організації педагогічної практики здобувачів освіти третього освітньо-наукового рівня з метою формування їхньої інноваційної культури та інноваційного навчального середовища ЗВО не був предметом висвітлення. Натомість такий досвід напрацьовано в КНУКіМ, його аналіз засвідчує наявність дидактичного потенціалу, що заслуговує на обговорення та широке впровадження.

■ Мета статті

Мета статті — проаналізувати досвід проведення педагогічного воркшопу в межах педагогічної практики на третьому освітньо-науковому рівні в КНУКіМ як інструмент формування інноваційного навчального середовища закладу вищої освіти культурологічного спрямування та інноваційної культури здобувачів освіти.

■ Результати дослідження

Сучасний заклад вищої освіти переорієнтовує свою діяльність у напрямі реалізації засад холістичної освіти через формування в освітній установі холістичної культури (Poplavskiy, 2023), стрижневим компонентом якої є інноваційна культура усіх учасників освітнього процесу. Базовими засадами холістичної освіти є взаємопов'язаність різних рівнів навчання та взаємозв'язок різних видів навчальних взаємодій (connectedness), дотримання принципів інклюзивного навчання, що засноване на ідеях залучення кожного учасника навчального процесу до участі у ньому (inclusion), збереження балансу та рівноваги (balance), зокрема відтворення різних, навіть взаємовиключних, поглядів на ті чи інші

питання. Метою холістичної освіти є формування цілісної особистості, здатної на продукування нових ідей, напрацювання нових стратегій поведінки та мислення. Холістична освіта передбачає подолання ієрархічних суб'єкт-об'єктних навчальних взаємодій авторитарного типу та потребує напрацювання досвіду суб'єкт-суб'єктних інтерактивних комунікативних взаємин, побудови довірливого та відкритого діалогу на емпатичних засадах, до якого залучені всі учасники освітнього процесу.

Холістична освіта неможлива без формування в особистостей, залучених у простір освітніх взаємодій, інноваційної культури, адже «людина з високим рівнем розвитку інноваційної культури є креативною, творчою, здатною до навчання впродовж всього життя; вона готова не лише до сприйняття, засвоєння, використання інновацій, але й до їх творення» (Кириленко, 2018, с. 71). Інноваційна культура особистості може повноцінно сформуватися лише в інноваційному освітньому середовищі, яке водночас сама й розвиває.

Інноваційне освітнє середовище слід розглядати як складно організовану динамічну єдність усіх структурних підрозділів освітньої установи, яка функціонує у просторі відкритого багатовекторного діалогу здобувачів освіти та науково-педагогічних працівників, акумулюючи їх інноваційний потенціал у напрямі розвитку інноваційних здібностей кожної особистості та освітньої установи загалом, та формує освітнє середовище, відкрите до перманентного оновлення та розвитку, здатне напрацьовувати синергетичний освітній потенціал. Дослідники, зокрема К. Гораш та А. Боднар (2023), тлумачать інноваційне освітнє середовище як «організований простір, що акумулює інноваційний потенціал закладу освіти та забезпечує розвиток особистості як інноваційного ресурсу» (с. 30).

Формування інноваційного освітнього середовища неможливе без впровадження освітніх інновацій, залучення інноваційних педагогічних технологій, використання у різних навчальних взаємодіях дидактичних методів, спрямованих на розвиток творчого потенціалу здобувача освіти. Оновлення посилення інноваційного дидактичного потенціалу має бути спрямоване на всі форми організації навчального процесу на всіх освітніх рівнях.

Заклади вищої освіти України активно впроваджують педагогічні інновації на першому бакалаврському освітньому рівні (що є цілком зрозумілим, адже здобувачі освіти цього рівня більш вмотивовані до навчання та відкриті до навчальної комунікації, вони становлять переважну більшість контингенту, що навчається в ЗВО), менш активно процес інноваційних трансформацій відбувається на другому магістерському рівні (тому що програма підготовки цього освітнього рівня на третину складається з науково-дослідницької компоненти, яка опановується здобувачем переважно самостійно) та практично відсутній на рівні підготовки доктора філософії. Натомість здобувач освіти на третьому рівні вищої освіти не лише здобуває відповідний науковий ступінь унаслідок проведення наукових розробок. Він покликаний опанувати певну освітньо-наукову програму, освітня складова якої містить до 60 кредитів ЄКТС (наукова складова всіх освітньо-наукових програм на цьому освітньому рівні є частиною навчального плану), засвоїти не лише теоретичні знання з відповідних освітніх компонент та набути передбачені їх вивченням компетентності, але й опанувати методологію педаго-

гічної діяльності, бути ознайомленим з освітніми, педагогічними і навчальними інноваціями та вміти їх впроваджувати (про використання у роботі з аспірантами таких методів навчання, як метод «мозкової атаки» (brainstorming), «синектики», «шести капелюхів» та «мікрофона», серед іншого обговорювалося на Всеукраїнській науковій конференції «Філософія культурно-мистецької освіти», що відбулася в КНУКіМ у червні 2022 року (Кириленко, 2022)).

Освітньо-наукова програма підготовки доктора філософії покликана підготувати здобувача освіти не лише до науково-дослідницької діяльності (через набуття знань з певної спеціальності, загальнонаукових компетентностей та навичок дослідника), але й до викладацької роботи як майбутньої професійної діяльності, важливим складником чого є практична підготовка. Саме з цих міркувань обов'язковим складником підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії є педагогічна практика, покликана сформувати у здобувача освіти педагогічні компетентності, навички організації навчального процесу та проведення науково-методичної роботи. Вона є «одним з етапів професійної підготовки до науково-педагогічної діяльності, який має за мету закріпити навички практичної діяльності аспірантів щодо здійснення навчально-виховного процесу у вищій школі» (Київський національний університет культури і мистецтв, 2019).

Для того, щоб педагогічна практика здобувачів освіти третього освітньо-наукового рівня стала міцним фундаментом їх професійної підготовки, вона повинна бути організована із залученням новітніх педагогічних технологій і дидактичних методів, зокрема тих, що спрямовані на розвиток творчих здібностей та креативного мислення. Здобувач освіти за цих умов не лише цікаво навчається, вмотивовується до навчання та майбутньої викладацької роботи, але й набуває відповідного практичного досвіду. Проведення педагогічного воркшопу «Як зацікавити студента на лекції?» в КНУКіМ із використанням методу «шести капелюхів мислення» є прикладом впровадження інноваційних технологій в роботу зі здобувачами освіти третього освітнього рівня, використання методик, що вмотивовують розвиток інноваційності в процесі організації педагогічної практики на освітньо-науковому рівні «доктор філософії».

Технологію «воркшоп» як інструмент інтенсивного, ефективного, динамічного навчання, що поєднане з виконанням певної практичної роботи, описав німецький психолог К. Фопель (Vopel, 1996). Воркшоп — це робоча майстерня чи лабораторія, інтенсивна та інтерактивна форма навчання, що дозволяє зробити теоретичні знання практично орієнтованими, а практичні уміння теоретично обґрунтованими. «Ця технологія, — зазначає Т. Пащенко (2023), — показала свою ефективність під час проведення педагогічних нарад, навчальних семінарів та тренінгів, які можуть відбуватися у формі лекцій, практикумів, круглих столів, марафонів, мозкового штурму та ін.». Досвід КНУКіМ засвідчує ефективність її використання в межах організації педагогічної практики аспірантів та продуктивність залучення методу «шість капелюхів мислення» до її проведення.

Педагогічний воркшоп «Як зацікавити студента на лекції?» відбувся 23 травня 2024 року в коворкінг-центрі Наукової бібліотеки КНУКіМ (куратор — О. Скаченко, завідувачка науково-методичного відділу). Він став частиною педагогічної практики аспірантів 1 курсу спеціальностей 022 «Дизайн» (в заході взяли

участь Д. Гринько, О. Дорожинський, М. Стрельчук, А. Шемчук, група АД-23) та 034 «Культурологія» (В. Бондар, А. Касьяненко, О. Матіїв, А. Пароконний, група АК-23), водночас до участі у воркшопі були залучені студенти споріднених спеціальностей 1 курсу університету (зокрема, студенти групи ТБФ-71 А. Мубинов та Т. Пашалик). Захід відбувся з ініціативи кафедри філософії і педагогіки (ідея — К. Кириленко) за участі навчально-наукового інституту (Л. Бойко) та відділу аспірантури та докторантури (О. Бойко, М. Гвоздецька) КНУКіМ. Мета проведення воркшопу — надати майбутнім науково-педагогічним працівникам практично орієнтованих знань про ефективну взаємодію зі здобувачем освіти на лекції, обмінятися досвідом проведення цікавих лекційних занять, отримати зворотний зв'язок від здобувачів освіти третього освітнього рівня щодо якості навчальної комунікації в ЗВО. Інформація про проведений захід розміщена на офіційних інтернет-ресурсах університету та кафедри.

Обговорення дидактичних засобів і методів відбувалося у формі рольової гри із залученням методу «шести капелюхів» британського психолога і письменника Е. де Боно. Для багатьох учасників воркшопу знайомство з обраним для організації заходу методом було першим. Обговорення заявленої теми тривало через висвітлення шести різних ракурсів її сприйняття. Кожен учасник (і організатори заходу, і здобувачі освіти різних рівнів) вдягав уявний капелюх того чи іншого кольору, віднаходив і виголошував певний підхід до розгляду теми, який символізує той чи інший капелюх: білий, з нього, згідно з технологією використання методу, розпочалося обговорення (цей колір є нейтральним ставленням до ситуації, він спрямовує увагу на інформацію, яка наявна чи відсутня), жовтий (той учасник, який «вдягав» цей капелюх, висловлював позитивні, приємні, доброзичливі аспекти), чорний (він символізує критичну оцінку, пошук недоліків та негативних результатів), червоний (цей капелюх відповідає за емоції та почуття, той, хто його вдягає, має виголошувати спонтанні думки), зелений (капелюх цього кольору відповідає за творчий підхід до розгляду обраної теми, за пошук нових ідей), синій (він символізує підбиття підсумків, осмислення всього почутого). «Капелюхи» (їх символізували шалики відповідного кольору та роздруковані зображення кольорових блейзерів з описом значення кожного з кольорів), які були розкладені перед учасниками в центрі круглого столу, за яким тривало обговорення, були розподілені між учасниками в результаті вільного вибору ними улюблених кольорів (рис. 1).

Втім, під час обговорення кожен учасник висловлював свої думки щодо того чи іншого підходу. За задумом організаторів, «використання методу “шести капелюхів” мало кілька аспектів. Учасники міркували над тим, як різнобічно можна підійти до налагодження плідної навчальної взаємодії та якими є різні способи зацікавлення студента на лекції (когнітивний, поведінковий, емоційний тощо)» (Кириленко & Стратюк, 2024). Унаслідок жвавого обговорення були напрацьовані рекомендації. Учасники заходу наголосили на важливості активного впровадження в роботу відеоконтенту, артефактів молодіжної культури, залучення імерсивного досвіду, гейміфікації, налагодження емпатичної взаємодії, створення позитивного навчального середовища, багатовекторної комунікації, напрацювання власних авторських методик (якими з власного навчального та

викладацького досвіду ділилися учасники), розвитку творчого потенціалу викладача та студента. Спількування зі здобувачами освіти засвідчило: проведення педагогічних воркшопів є дієвим інструментом трансляції професійного досвіду творчої діяльності.



Рис. 1. Метод «шести капелюхів»
Джерело: з сайту кафедри філософії і педагогіки КНУКіМ
(Кириленко & Стратюк, 2024)

Виставка фахової педагогічної літератури із книгозбірні КНУКіМ, яку підготувала Наукова бібліотека (організатор — завідувачка відділу обслуговування користувачів С. Толочко), доповнила живий діалог та мала на меті зацікавити здобувачів освіти в пошуку теоретичного підґрунтя порушених в аудиторії питань. Учасники заходу по його завершенню відзначили зацікавленість в організації воркшопів у майбутньому, поділилися враженнями від його проведення, вказавши на отримане емоційне задоволення, зняття психологічного бар'єра в спілкуванні з досвідченими викладачами, відзначивши цікаві напрацьовані педагогічні ідеї, які у майбутньому будуть використовувати на практиці. Проведення заходу сприяло посиленню інноваційного потенціалу його учасників, створило освітній простір, на основі якого формується освітнє середовище закладу вищої освіти.

Окремо слід наголосити на потужному психотерапевтичному ресурсі, який його учасники відзначили: проведення педагогічних воркшопів з використанням творчих дидактичних методів посилює у здобувача освіти третього освітньо-наукового рівня стресостійкість та життєстійкість, долає відчуття відірваності,

яке є не поодиноким у здобувачів освіти цього рівня з огляду на здійснення ними індивідуальних наукових студій та домінування самостійної роботи як форми організації і навчальної, і наукової діяльності. Розв'язання психологічних проблем здобувачів освіти, зокрема третього освітньо-наукового рівня, є вкрай важливим завданням, вирішення якого потребує невідкладних зусиль науково-педагогічних працівників в умовах проведення навчальних взаємодій в період військової агресії РФ, що триває.

Висновки

Описано досвід проведення педагогічного воркшопу «Як зацікавити студента на лекції?» як складника педагогічної практики на третьому (освітньо-науковому) рівні в КНУКіМ, висвітлена та проаналізована технологія його проведення з використанням методу «шести капелюхів». Проведене дослідження засвідчило: впровадження воркшопу в освітню практику сприяє зацікавленню здобувача освіти в навчальних взаємодіях, формує емпатичне комунікативне дидактичне середовище, дає змогу налагодити багатовекторну взаємодію між науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти різних рівнів та забезпечити дієву трансляцію професійного та педагогічного досвіду в закладі вищої освіти культурологічного спрямування.

Обґрунтовано, що проведення педагогічних воркшопів у межах організації педагогічної практики на третьому (освітньо-науковому) рівні дозволяє зацікавити здобувачів освіти в майбутній професії, в організації освітніх взаємодій із залученням творчих педагогічних технологій, сприяє становленню інноваційної культури майбутніх науково-педагогічних працівників. Встановлено, що педагогічний воркшоп формує емпатичне комунікативне дидактичне середовище, налагоджує багатовекторну взаємодію між науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти різних рівнів, забезпечує дієву трансляцію педагогічного досвіду в освітній установі. Визначено, що проведення воркшопів у закладах вищої освіти культурологічного спрямування є дієвим інструментом трансляції професійного досвіду творчої діяльності. Зазначено, що педагогічні воркшопи мають психологічний ресурс, сприяють формуванню у здобувачів освіти життєстійкості та стресостійкості.

Предметом подальшого спостереження та аналізу має стати впровадження інших інноваційних дидактичних методів у практику навчальних взаємодій зі здобувачами освіти освітньо-наукового рівня «доктор філософії» (PhD).

Список посилань

- Герасименко, О. (2023). Створення сучасного інноваційного простору шкільної освіти. *Наукові дослідження в сучасних умовах нестабільності*, 4(sge24-04), 58–109. <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2023-24-04-030>
- Гораш, К., & Боднар, А. (2023). Особливості створення інноваційного середовища закладу вищої освіти. *Професійно-прикладні дидактики*, 1, 29–34. <https://doi.org/10.37406/2521-6449/2023-1-5>
- Гриб, Т., & Клименченко, Т. (2020, 27–28 березня). Інноваційне освітнє середовище навчального закладу вищої освіти як об'єкт наукового аналізу. В *Освіта та*

- наука у мінливому світі: проблеми та перспективи розвитку [Матеріали конференції] (с. 34–35). Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. <http://surl.li/qyiefd>
- Київський національний університет культури і мистецтв. (2019). *Положення про педагогічну практику аспірантів у Київському національному університеті культури і мистецтв*. http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/norm_documents/poloshenya_aspirant/poloshzhennya_pro_pedagogichnu_praktiku.pdf
- Кириленко, К. (2018). Інноваційна культура. В К. Кириленко, О. Кундеревич, & Л. Бойко, *Філософія культури. Словник* (с. 71–73). Агентство «Україна».
- Кириленко, К. (2022, 24 березня–24 червня). Використання у роботі з аспірантами культурно-мистецьких закладів вищої освіти інноваційних методів навчання. В *Філософія культурно-мистецької освіти* [Матеріали конференції] (с. 81–85). Київський національний університет культури і мистецтв.
- Кириленко, К., & Стратюк, В. (2024, 27 травня). *Як зацікавити студента на лекції? Кафедра філософії Київського національного університету культури і мистецтв*. <https://kf.knukim.edu.ua/218-yak-zatsikavyty-studenta-na-lektsii.html>
- Лагола, І., & Харчук, Я. (2024). Шість капелюхів – інноваційна технологія розвитку «повнокольорового мислення» молодших школярів (на прикладі дитячих творів М. Вінграновського). *Молодий вчений*, 1.1(125.1), 43–46. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1.1-125.1-11>
- Максимова, О., & Федорова, М. (Ред.). (2022). *Інноваційні процеси в дошкільній освіті: теорія, практика, перспективи* (Ч. 1). Левковець. <http://eprints.zu.edu.ua/35328/1/%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%201.pdf>
- Пашенко, Т. (2023, 19 жовтня). Технологія workshop для розвитку професійної компетентності викладачів фахових коледжів. В *Вектори розвитку науки, освіти, технологій і суспільства в умовах глобалізації* [Матеріали конференції] (Ч. 1, с. 27–29). Центр фінансово-економічних наукових досліджень. https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/737932/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8_%D0%9F%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf
- Смілик, Л. (2023, 15 червня). Створення інноваційного освітнього середовища в закладах професійної освіти як умова забезпечення якості професійної підготовки кваліфікованих робітників. В В. С. Кулішов, І. В. Кучерак, & Ю. С. Герасименко (Упоряд.), *Психолого-педагогічний супровід професійної підготовки кваліфікованих робітників в умовах воєнного стану* [Матеріали семінару] (с. 130–134). Білоцерківський інститут неперервної професійної освіти.
- Шеплякова, І. (2020, 17 квітня). Воркшоп як інноваційна форма організації навчання майбутніх соціальних працівників. В *Взаємозв'язок освіти, науки та виробництва – основа ефективного навчального процесу* [Матеріали конференції] (с. 266–269). Харківський національний автомобільно-дорожній університет.
- De Bono, E. (1985). *Six Thinking Hats: An Essential Approach to Business Management*. Little Brown & Co.
- Poplavskiy, M. (2023). Digital university in the post-postmodern era: to the question of forming anew corporate culture. *Issues in Cultural Studies*, 42, 243–255. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293792>

Vopel, K. W. (1996). *Kinder können kooperieren: Bd.4. Interaktionsspiele für die Grundschule*. Iskopress.

References

- De Bono, E. (1985). *Six Thinking Hats: An Essential Approach to Business Management*. Little Brown & Co [in English].
- Herasymenko, O. (2023). Stvorennia suchasnoho innovatsiinoho prostoru shkilnoi osvity [Creation of modern innovative space of school education]. *Scientific research in modern conditions of instability*, 4(sge24-04), 58–109. <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2023-24-04-030> [in Ukrainian].
- Horash, K., & Bodnar, A. (2023). Osoblyvosti stvorennia innovatsiinoho seredovyschcha zakladu vyshchoi osvity [Features of creating an innovative environment in an institution of higher education]. *Professional and Applied Didactics*, 1, 29–34. <https://doi.org/10.37406/2521-6449/2023-1-5> [in Ukrainian].
- Hryb, T., & Klymenchenko, T. (2020, March 27–28). Innovatsiine osvithnie seredovyschche navchalnoho zakladu vyshchoi osvity yak ob'ekt naukovoho analizu [Innovative educational environment of a higher education institution as an object of scientific analysis]. In *Osvita ta nauka u minlyvomu sviti: problemy ta perspektyvy rozvytku* [Education and Science in a Changing World: Problems and Prospects for Development] [Conference Proceedings] (pp. 34–35). Oles Honchar Dnipro National University. <http://surl.li/qyiefd> [in Ukrainian].
- Kyiv National University of Culture and Arts. (2019). *Polozhennia pro pedahohichnu praktyku aspirantiv u Kyivskomu natsionalnomu universyteti kultury i mystetstv* [Regulations on the pedagogical practice of graduate students at the Kyiv National University of Culture and Arts]. http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/norm_documents/poloshenya_aspirant/poloshzhennya_pro_pedagogichnu_praktyky.pdf [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. (2018). Innovatsiina kultura [Innovative culture]. In K. Kyrylenko, O. Kunderevych, & L. Boiko, *Filosofiiia kultury. Slovnyk* [Philosophy of culture. Dictionary] (pp. 71–73). Ahentstvo "Ukraina" [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K. (2022, March 24–June 24). Vykorystannia u roboti z aspirantamy kulturno-mystetskykh zakladiv vyshchoi osvity innovatsiinykh metodiv navchannia [The use of innovative teaching methods in the work with postgraduate students of cultural and artistic institutions of higher education]. In *Filosofiiia kulturno-mystetskoï osvity* [Philosophy of cultural and artistic education] [Conference Proceedings] (pp. 81–85). Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Kyrylenko, K., & Stratiuk, V. (2024, May 27). *Yak zatsikavyty studenta na lektsii?* [How to interest a student in a lecture?]. Kafedra filosofii Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv [Department of Philosophy, Kyiv National University of Culture and Arts]. <https://kf.knukim.edu.ua/218-yak-zatsikavyty-studenta-na-lektsii.html> [in Ukrainian].
- Lahola, I., & Kharchuk, Ya. (2024). Shist kapeliukhiv - innovatsiina tekhnolohiia rozvytku "povnokolorovoho myslennia" molodshykh shkoliariv (na prykladi dytiachykh tvoriv M. Vinhranovskoho) [Six hats - innovative technology for the development of "full color thinking" of younger school students (on the example of children's works by M. Vingranovsky)]. *Young Scientist*, 1. 1(125.1), 43–46. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1.1-125.1-11> [in Ukrainian].

- Maksymova, O., & Fedorova, M. (Eds.). (2022). *Innovatsiini protsesy v doshkilnii osviti: teoriia, praktyka, perspektyvy* [Innovative processes in preschool education: theory, practice, prospects] (Part 1). Levkovets. <http://eprints.zu.edu.ua/35328/1/%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%201.pdf> [in Ukrainian].
- Pashchenko, T. (2023, October 19). Tekhnolohiia workshop dlia rozvytku profesiinoi kompetentnosti vykladachiv fakhovykh koledzhiv [Workshop technology for the development of professional competence of teachers of vocational colleges]. In *Vektory rozvytku nauky, osvity, tekhnolohii i suspilstva v umovakh hlobalizatsii* [Vectors of development of science, education, technology and society in the context of globalization] [Conference Proceedings] (Part 1, pp. 27–29). Center for financial-economic research. https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/737932/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8_%D0%9F%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf [in Ukrainian].
- Poplavskyy, M. (2023). Digital university in the post-postmodern era: to the question of forming anew corporate culture. *Issues in Cultural Studies*, 42, 243–255. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293792> [in English].
- Shepliakova, I. (2020, April 17). Vorkshop yak innovatsiina forma orhanizatsii navchannia maibutnikh sotsialnykh pratsivnykiv [Workshop as an innovative form of organizing training for future social workers]. In *Vzaiemozviazok osvity, nauky ta vyrobnytstva - osnova efektyvnoho navchalnoho protsesu* [Interrelation of education, science and production - the basis of an effective educational process] [Conference Proceedings] (pp. 266–269). Kharkiv National Automobile and Highway University [in Ukrainian].
- Smilyk, L. (2023, June 15). Stvorennia innovatsiinoho osvitnoho seredovyscha v zakladakh profesiinoho osvity yak umova zabezpechennia yakosti profesiinoi pidhotovky kvalifikovanykh robitnykiv [Creation of an innovative educational environment in vocational education institutions as a condition for ensuring the quality of professional training of skilled workers]. In V. S. Kulishov, I. V. Kucherak, & Yu. S. Herasymenko (Comp.), *Psykhologo-pedahohichniy suprovid profesiinoi pidhotovky kvalifikovanykh robitnykiv v umovakh voiennoho stanu* [Psychological and pedagogical support of professional training of qualified workers in the conditions of martial law] [Materials of the seminar] (pp. 130–134). Bila Tserkva institute of continuous professional education [in Ukrainian].
- Vopel, K. W. (1996). *Kinder können kooperieren: Bd.4. Interaktionsspiele für die Grundschule* [Children can cooperate: Vol.4. Interaction games for elementary school]. Iskopress [in German].

PEDAGOGICAL WORKSHOP AS A TOOL FOR FORMING INNOVATIVE ACADEMIC ENVIRONMENT IN A HIGHER EDUCATION INSTITUTION SPECIALISING IN CULTURAL STUDIES

Kateryna Kyrylenko^{1a}, Liudmyla Boiko^{2a}, Viktoriya Stratiuk^{3a}

¹DSc in Education, Professor,

ORCID ID: 0000-0002-3303-3947

e-mail: kf919@ukr.net

²PhD in Pedagogical Sciences, Professor,

ORCID ID: 0000-0001-8809-060X

e-mail: aspirantura-knukim@ukr.net

³Master,

ORCID ID: 0000-0001-7125-3361

e-mail: vikastratuk@gmail.com

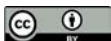
^aKyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

The aim of the article is to analyse the experience of conducting pedagogical workshop within the pedagogical practice framework at the third educational and scientific level at Kyiv National University of Culture and Arts (KNUCA) as a tool for forming innovative academic environment of a culturally oriented higher education institution and culture of education seekers. *The results* of the study showed the following: implementing of workshops into educational practice promotes students' interest in academic interactions, forms an empathic didactic environment, allows to establish multi-vector interactions between academic staff and students of different levels and to ensure an effective translation of professional and pedagogical experience in the educational institution of cultural orientation. *The scientific novelty* grounds on highlighting and analysing the experience of the pedagogical workshop "How to interest a student in a lecture?", using the pedagogical technology of "six thinking hats", which took place at KNUCA in May 2024 and was a part of the pedagogical practice for the education seekers of the third educational and scientific level "Doctor of Philosophy" (PhD); description of its implementation technology and substantiation of its results. *Conclusions.* The experience of conducting this pedagogical workshop called "How to interest a student during a lecture?" at KNUCA is described; the technology of its implementation using the "six thinking hats" method is highlighted and analysed. It is substantiated that conducting pedagogical workshops as part of the academic practice organisation at the third educational and scientific level sparks the students' interest in their future profession, in organising educational interactions involving creative pedagogical technologies, and contributes to forming the innovative culture of future scientific and academic staff. It is established that this pedagogical workshop forms an empathic communicative and didactic environment, aligns multi-vector interaction between scientific and pedagogical staff and students of different levels, ensures an effective exchange of pedagogical experience in the educational establishment. It is determined that holding workshops in cultural education institutions is an effective tool for exchanging professional experience in creative activities. It is noted that

pedagogical workshops have psychotherapeutic potential and contribute to forming resilience and stress-resistance in education seekers.

■ **Keywords:** workshop; “six hats” method; innovative culture among education seekers; innovative education environment; KNUCA



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318724
УДК 069:719:[338.4:008-026.15

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МУЗЕЙНИХ ІНСТИТУЦІЙ У СТРУКТУРІ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Юлія Ключко

Кандидат педагогічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0003-1969-4308
e-mail: klyuchkoy@gmail.com

Для цитування:

Ключко, Ю. (2024). Особливості функціонування музейних інституцій у структурі культурних та креативних індустрій. *Питання культурології*, 44, 94–106. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318724>

Мета статті — дослідити особливості та актуальні проблеми функціонування музеїв у структурі культурних і креативних індустрій з урахуванням зарубіжного досвіду та українських практик. *Результати дослідження*. З'ясовано, що дослідження музейної інституції в структурі культурних та креативних індустрій сприяє розв'язанню питань ефективної концептуальної, соціальної та комерційної присутності музею в сучасному соціокультурному та економічному просторі, зокрема за допомогою створення креативних продуктів і проєктів та розуміння того, що музей постійно розвивається. Доведено, що підґрунтя для розвитку сучасних креативних практик у музейній сфері створювалося протягом ХХ ст. Зазначено, що у ХХІ ст. у світі спостерігається потужний і динамічний розвиток музейного сектору в структурі культурних та креативних індустрій. Проаналізовано практики грантової підтримки музейного сектору. Розглянуто музейні заклади України як частину креативного і культурного секторів суспільства та одну з потужних сил модернізації країни. *Наукова новизна* полягає у визначенні на основі зарубіжного досвіду та українських практик особливостей функціонування музейних інституцій в умовах культурно-креативного середовища. У *висновках* наголошено на тому, що провідною тенденцією функціонування сучасних музеїв у структурі культурних та креативних індустрій є збільшення кількості споживачів музейного продукту через творче поєднання креативних підходів і новітніх технологій (методи управління, сміливі інтерпретації, фандрейзингові та комунікативні стратегії). Виокремлено важливі креативні напрями діяльності музейних інституцій, серед яких: створення нестандартних експозицій задля актуалізації колекцій; розширення спектра інструментів комунікації; створення інтерактивних музейних просторів; диджиталізація музейних об'єктів; формування нового покоління музейних менеджерів, здатних інноваційно управляти колекціями та їхньою презентацією.

Ключові слова: музей; культурні та креативні індустрії; креативна економіка; музейний продукт; культурна спадщина; актуалізація культурної спадщини; інноваційне та креативне музейне середовище; грантова підтримка музейного сектору; музейна аудиторія

Вступ

Сьогодні культурні та креативні індустрії є загально визнаним рушієм економічного зростання в усьому світі. Музейна галузь, зокрема, розглядається як вагомий культурний актив у цьому процесі. Тема розвитку креативної економіки та інтеграції музеїв у соціокультурну реальність, що змінюється, отримує дедалі більшу увагу як у теоретичних професійних обговореннях, так і в практичному застосуванні, особливо в контексті нових форматів музейної діяльності. Доказом актуальності окресленої проблеми є процес інституціоналізації культурних і креативних індустрій, включаючи організацію міжнародних і національних форумів, створення державних та недержавних управлінських структур, професійних організацій. Музеї світу активно розширюють свої статуси, адаптуючись до нової економіки, що характеризується сервісом, співучастю, інформацією та змінами, які потребують гнучкості та креативності в мисленні. Музейні заклади стають активними, динамічними та рефлексуючими творцями власного образу та соціокультурного простору.

Водночас слід зазначити, що сьогодні класичний статус музею та його традиційні функції, такі як збереження матеріальної та духовної спадщини, створення та зберігання колекцій, експертні знання, залишаються чинними, проте тепер розширюються та доповнюються новими підходами. Українські музеї через давні традиції вітчизняної музейної справи та залишки впливу державної ідеології радянських часів залишаються більш консервативними, як порівняти із зарубіжними аналогами, і дещо повільніше вступають у контекст креативної економіки, усвідомлюючи себе важливим складником культурних та креативних індустрій.

Аналіз попередніх досліджень

Протягом останніх десятиліть у міжнародній науковій спільноті активно ведуться обговорення щодо зміни статусу музею та його форматів у публічному просторі, місця музею в структурі культурних і креативних індустрій. Розгляду тенденцій розвитку музеїв як структурних елементів культурних та креативних індустрій присвячені праці зарубіжних науковців. Зокрема, Н. Саймон (Simon, 2010) вивчає партисипативний розвиток музеїв (participatory culture), К. Бішоп (Bishop, 2012) та Р. Краус (Krauss, 1985) зосереджуються на перформативних проектних практиках, а П. Камілері (Camilleri, 2018) розглядає демократизовані та постмузейні концепції. Аналіз сучасних досліджень і публікацій дає змогу дійти висновку, що виникнення нових соціальних парадигм у музейній сфері стимулює поступове розширення міждисциплінарних дослідницьких напрямів зазначеної проблеми. Так, Н. Мачкова та Я. Адамцова (Machková & Adamcova, 2018) звертаються до розгляду музею як ключової частини культурних і креативних індустрій, ролі інституції у соціальному та економічному розвитку. Авторки простежують зв'язки між музеями, творчістю, інноваціями та культурою в кре-

ативній економіці. М.-С. Ляо (Liao, 2018) досліджує внесок перекладознавства в розвиток музею як складника креативних індустрій. На основі аналізу 25 найкращих музеїв Канади М. Бухеджі (Buheji, 2019) визначає їхню роль у стійкій креативній економіці. К. Ногаре та М. Муржин-Купіш (Nogare & Murzyn-Kupisz, 2021) у доволі дискусійній, на наш погляд, публікації пропонують переосмислити та переоцінити роль музеїв у сприянні інноваціям у контексті співпраці з індустрією культури. Як засвідчив аналіз, загальна тенденція у зазначених роботах полягає в неминучості змін і появи нових форматів діяльності музейних закладів.

У вітчизняній науковій думці серед сучасних розробок з питань розвитку культурних та креативних індустрій варто відзначити доробок Х. Плецан (2022), яка на основі культурологічного аналізу досліджує інституційну спроможність креативних індустрій в Україні; І. Петрової (2022), яка аналізує методологічні підходи до поняття «культурні та креативні індустрії», характеризує тренди культурних та креативних індустрій у сучасному світі. Також у наукових розвідках українських дослідників знаходять відображення питання функціонування музейних інституцій в умовах культурно-креативного середовища. Зокрема, розгляду музеїв як платформи розвитку креативних індустрій присвячена стаття Н. Федорової (2023). Дослідниця акцентує свою увагу на тому, що «музеї можна розглядати як платформу для адвокації, а також як основу для формування “професійних асоціацій представників креативних індустрій”» (Федорова, 2023). У цьому контексті привертає увагу наукова публікація І. Пархоменко (2019), яка, досліджуючи складники формування попиту на культурні івенти в Україні, аналізує музеї та художні галереї, що функціонують як культурна індустрія і продукують інноваційні та конкурентоспроможні культурні послуги. Г. Новікова (2019) виявляє особливості середовищних музеїв, що дозволяють розглядати їх як феномен сучасних культурних індустрій. В. Ціватий (2022) досліджує трансформації музейної та пам'яткознавчої практики під впливом розвитку креативних індустрій і сучасних комунікативних технологій.

Попри наявні наукові досягнення у цій галузі, слід зауважити, що в науковому полі України дослідженню питання функціонування музеїв у структурі культурних та креативних індустрій приділено недостатньо уваги. Це зумовлює потребу в ґрунтовних наукових розвідках зазначеної проблематики.

■ Мета статті

Мета статті — дослідити особливості та актуальні проблеми функціонування музеїв у структурі культурних і креативних індустрій з урахуванням зарубіжного досвіду та українських практик.

■ Результати дослідження

Терміни «креативна економіка», «креативні індустрії» та «культурні індустрії» стали відомі українським фахівцям у сфері культури приблизно з 2010-х рр., тоді як у міжнародній практиці вони використовуються понад тридцять років. Концепцію креативних індустрій і відповідну термінологію вперше запропонувала ЮНЕСКО у 1982 році з метою забезпечення рівних можливостей доступу до культурних ресурсів. У ті ж роки у США та Великій Британії розпочався активний

процес комерціалізації культури та залучення приватного капіталу для розвитку культурних індустрій і створення комерційно успішних культурних та креативних продуктів.

Відповідно до сучасних підходів фундаментальними цінностями культурних та креативних індустрій є індивідуальний талант і мистецькі здібності, інноваційні ідеї, креативність та оригінальність. Водночас важливо підкреслити, що ринкові механізми, технологічні та індустріальні підходи можуть ефективно сприяти донесенню до аудиторії справжніх смислів і різних якісних культурних продуктів. З огляду на зазначене вище дослідження музейної інституції в контексті креативної економіки призводить до розв'язання питань ефективної концептуальної, соціальної та комерційної присутності музею в сучасній соціокультурній та економічній ситуації, зокрема за допомогою створення креативних продуктів і проєктів та розуміння того, що музей сам по собі є креативним проєктом, який постійно розвивається.

У світовій історії музейної справи накопичений значний успішний досвід авторської проєктної діяльності. На сьогодні ця діяльність трансформується в нові поняття та набуває інших форм. На наш погляд, підґрунтя для розвитку сучасних креативних практик у музейній сфері створювалося протягом ХХ ст. Зокрема, у 1917 році Дж. Дана, американський музеолог і засновник музею в Ньюарку, у своїй книзі «Новий музей» ввів поняття «живого музею». Він зазначив, що «живий» або «корисний» музей позитивно впливає на пов'язані з ним спільноти через організацію дозвілля та освіти, заснованої на потребах і запитах місцевого населення (Дана, 1920). Свого часу музей у Ньюарку (штат Нью-Джерсі) набув суспільного визнання як «музей музейних експериментів». Завдяки експериментам Дж. Дана став відомим музейним бунтарем і своєрідним новатором, що виступав за фундаментальні зміни у сприйнятті музеями своєї соціальної місії. Музеолог вважав, що потреби людей надзвичайно динамічні, тому цілі та методи роботи музейного закладу не є раз і назавжди визначеними; відвідувачів та їхні потреби необхідно вивчати, щоб розробляти і впроваджувати динамічні освітні програми, які відповідають запитам суспільства. На його думку, музеї повинні знати, які види ретроспективної інформації, що зберігаються в їхніх установах, є найбільш потрібними на певному етапі суспільного життя, і представляти їх відповідно до цього.

Формулювання фундаментальних положень щодо організації музейної діяльності, які поєднують інноваційний практичний досвід з теоретичними засадами, відбувалося у 60–70-х рр. ХХ ст. Під час розгляду музею в структурі культурних та креативних індустрій слід зазначити доробок директора музею в місті Калгарі (Канада), автора теорії музейної комунікації Д. Камерона (Cameron, 1968), який висунув низку ідей щодо організації музейної роботи, зосереджуючись на відвідувачеві як ключовій фігурі в комунікаційній системі музею. Д. Камерон вважав, що музей є культурним інститутом, який, хоча і зберігає спадщину минулого, повинен бути активною частиною сучасної культурної сцени. Також важливим кроком щодо здійснення спроби осмислення присутності музею в новій економіці сервісу, співучасті, інформації та змін, що потребує гнучкості та креативності мислення, розширенні музеєм своїх статусів, стала поя-

ва у 1960-х рр. нового типу музейного закладу, що отримав назву «екомузей». У нових закладах проводилася просвітницька робота, спрямована не тільки на розповсюдження знань про пам'ятки історії та культури, а й на вдосконалення відносин між людиною та її оточенням. Досвід, накопичений екомузеями та іншими новими типами музеїв, що засновані за активної участі населення в їх організації, став підґрунтям для розвитку наукового напрямку «нова музеологія». Цей напрям являв собою не просто рух, покликаний сприяти постійним пошукам нового в музейній галузі, а й передбачав радикальний перегляд завдань музейних інституцій, їхню соціалізацію, зміну психології і поглядів представників музейних професій (Desvallées, 1992).

Англійський музеолог К. Хадсон своєю діяльністю також довів, що інтелектуальний капітал, в основі якого лежать креативні ідеї та сміливі нестандартні рішення, може перетворитися на головний рушій розвитку музеїв. К. Хадсон запропонував концепцію конкурсу для стимулювання інновацій у музейній сфері та приваблення уваги публіки. У 1977 році за його ініціативою було започатковано конкурс «Європейський музей року», який у 1990х рр. став частиною Європейського Музейного Форуму (The European Museum of the Year Award (EMYA), n.d.). З огляду на те, що предметом конкурсу є нові ідеї, головні принципи, розроблені К. Хадсоном, залишаються актуальними і в наш час, дозволяючи кожному європейському музею брати участь (за умови, що це новий музей або музей, який здійснив кардинальну реконструкцію). EMYA зосереджується не на музейних колекціях, а на їхній інтерпретації та представленні громадськості. EMYA завжди був передовим у формулюванні нових підходів до інтерпретації культурної спадщини та музейної методології, що згодом визнавалося професійною спільнотою та міжнародними організаціями, адже серед головних завдань конкурсу — виявлення і визначення нових напрямів розвитку музейної галузі. На конкурсі розглядаються не тільки класичні музеї, але й такі, які не мають традиційних колекцій, але експериментують у сферах, що можуть бути перспективними для музейної професії. За нашими спостереженнями, наразі активність EMYA набуває особливої важливості. Форум постає механізмом для виявлення нових рішень, а найкращі креативні практики, які впроваджуються в музейну діяльність, сприяють прогресивному розвитку музейного сектору (EMYA, n.d.).

Як засвідчує практика, на початку XXI ст. у світі спостерігається потужний і динамічний розвиток культурних та креативних індустрій. У стратегічних документах багатьох країн ЄС культурна сфера позиціонується як один із чинників забезпечення якості життя людей та їхньої зайнятості завдяки створенню ринку інноваційних продуктів культурних та креативних індустрій. Зокрема, аналітики, експерти державних та недержавних управлінських структур, впливових міжнародних організацій (ЮНЕСКО, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) тощо) зосереджують свою увагу на розвитку культурних і креативних індустрій як вагомому чиннику модернізації соціальних, економічних, політичних реалій і розглядають культуру як фундамент капітальних перетворень на державному рівні.

Останніми роками стає очевидним, що взаємопов'язаність креативної економіки, культурної спадщини та креативних індустрій сприяє їхньому взаємному

розвитку та є інвестицією у майбутнє, а осмислене використання культурно-історичних ресурсів та їхня адекватна інтерпретація дозволяють не лише зберігати актуальність культурної спадщини для сучасних поколінь, а й стимулюють розвиток і творчий підхід до майбутнього.

Своєрідною рефлексією на зміну культурної та музейної парадигм стає пошук методологічних основ актуалізації культурної спадщини в музеях. На наш погляд, аналізуючи сучасний етап функціонування музеїв у структурі культурних та креативних індустрій, слід окреслити діяльність Мережі європейських музейних організацій (NEMO), в межах якої у 2014 році було створено робочу групу «Museums and Creative Industries» (Bailey, 2018). Глобальна мета робочої групи — дослідження музейних інституцій у контексті креативних економік Європи та презентація інноваційних практик, які реалізуються через партнерство між музеями та креативними індустріями. У 2015 році робоча група NEMO розробила методику для вимірювання синергії, коли музеї та творчі індустрії працюють разом над розробкою нових продуктів та послуг; музеї було представлено як важливу опорну базу для творчої індустрії. Того ж року опубліковано звіт «Museums and Creative Industries: Mapping Cooperation», в якому здійснено оцінку співпраці між музеями та виробниками в Латвії. З метою отримання широкого міжнародного зрізу у 2016 році подальші дослідження національного масштабу були проведені в Ісландії та Польщі. Загалом, міжнародні музейні інституції акцентують на кроссекторальних і практичних заходах, які базуються на можливостях культурної економіки задля зміцнення ідентичності та стійкості країн, що розвиваються.

Світовий досвід свідчить, що на сьогодні музеї включені до багатьох класифікацій креативних індустрій. Приміром, Інститут статистики ЮНЕСКО вважає музеї одним з основних складників культурної сфери; Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) зараховує музейні заклади до групи «Спадщина» та розглядає їх як частину креативних індустрій. В Україні, згідно з Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», діяльність музеїв також входить до переліку креативних індустрій (Кабінет Міністрів України, 2019).

Активні рушійні зміни у вітчизняній структурі культурних та креативних індустрій почалися у складний і випробувальний для України період 2013–2014 рр., що спричинило значні зміни в культурній політиці країни. Задля подолання кризи стала помітною залученість креативного та культурного секторів українського суспільства. Поступово різноманітні культурні ініціативи в Україні почали набирати обертів, а культурна діяльність і музеї, зокрема, розглядатися як унікальні ресурси для розвитку економіки та суспільства. Певним чином це обумовлено тим, що саме у такий надзвичайно складний для українців час європейська спільнота надала значну підтримку вітчизняним культурним та креативним індустріям в межах Програми ЄС та Східного партнерства «Культура та креативність» (2015–2018) (Тубальцева, 2017). Під егідою програми відбулося дослідження української музейної сфери (Норріс & Ланкеліне, 2017). Зокрема, здійснено аналіз та оцінку поточної ситуації у галузі культурної спадщини в Україні з наголосом на музейний сектор. В дослідженні окреслено основні проблеми

вітчизняної музейної галузі та надано рекомендації «для розвитку музейного сектору на основі аналізу сучасних тенденцій та стратегічних підходів у сфері культурної спадщини в Європі з метою нарощування потенціалу для людей, які працюють у музейному секторі, впровадження нових операційних моделей та інноваційних рішень у галузі музейної продукції, послуг та розширення аудиторії, а також заохочення співпраці з іншими секторами» (Horric & Ланкеліне, 2017). З метою формування інноваційного та креативного музейного середовища в Україні починають впроваджувати практики грантової підтримки музейного сектору. Зокрема, в межах програми ЄС «Креативна Європа» (підпрограма «Культура») у 2017 році було створено першу державну установу — Український культурний фонд (б.д.-а), діяльність якого спрямована на грантову підтримку проєктів у сфері культурних і креативних індустрій. Музейна справа розглядається як один із секторів підтримки з боку зазначеної установи.

Війна є показовим прикладом того, як кризові явища можуть впливати на розвиток музейних закладів у структурі культурних та креативних індустрій. Криза, спричинена російсько-українською війною, призвела до закриття або обмеження роботи музеїв. Проте це також сприяє розвитку нових форм взаємодії з музейною аудиторією, методів комунікації, підходів до менеджменту. Фахівці музейної сфери виявляють свій творчий потенціал, який став початком інновацій у різних напрямках діяльності. Приміром, серед проєктів, спрямованих на підвищення кваліфікації фахівців музейного сектору, варто виокремити «Culture Helps / Культура допомагає» (проєкт співфінансується Європейським Союзом у межах спеціального конкурсу пропозицій для підтримки українських переміщених осіб та українського культурного та креативного секторів, реалізовується громадською організацією та фаховою спільнотою Інша Освіта / Insha Osvita (UA) та zusa (DE)) (Інша освіта, б.д.). В межах цього проєкту для музейників України, які прагнуть опанувати навички цифрового сторітелінгу, створення віртуальних виставкових проєктів, фандрейзингу, вміння розвивати партнерські мережі, розроблено онлайн-курс «Storytelling, networks, and funding for Ukrainian museums».

Зважаючи на те, що в умовах війни деякі проєкти та програми втратили актуальність і потребують переосмислення, музейні менеджери, усвідомлюючи потребу адаптації музейного середовища до реалій сьогодення, шукають нові методи реалізації послуг, налагоджують міжнародні зв'язки, працюють над запитам та потребами вітчизняної аудиторії. Фактично сьогодення вимагає від музейного персоналу швидкої реакції на непередбачувані процеси — уміння аналізувати, прогнозувати, планувати та швидко реагувати на виклики. Як засвідчив аналіз, музеї створюють і впроваджують нові продукти, які враховують потреби доступності. Показовою у цьому контексті є діяльність Національного музею мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків. У зв'язку з тим, що музей розміщено в історичних будівлях, що ускладнює створення належних умов для доступності, на часі постала проблема нової архітектури музейного простору. З цією метою спільно з ЮНЕСКО та Спілкою архітекторів України організовано архітектурний воркшоп, де порушувалися питання безпеки та безбар'єрності не лише для конкретного музею, а й для інших культурних інституцій, які стика-

ються зі схожими проблемами доступності. Наразі установа успішно взаємодіє з різними аудиторіями, зокрема, реалізовує програми інклюзивності, до яких долучилися волонтери. Для реалізації нових продуктів, які враховують потреби доступності, весною 2022 року було відкрито музейне подвір'я як додатковий простір. В майбутніх планах роботи — розробка програм реабілітації для військових у співпраці з соціальними центрами (Марків, 2024).

У період воєнного стану Український культурний фонд являє собою ефективний інструмент фінансової підтримки інноваційних проєктів і креативних активностей у музейній сфері. Грантова програма «Культурна спадщина» зорієнтована на збільшення кількості споживачів музейного продукту «через використання нових форм та підходів, зокрема осучаснення музейних просторів, запровадження нових форм експозицій задля ефективної презентації колекцій (покази, інсталяції, інтерактивні, віртуальні, гібридні та живі виставки) для українських і закордонних споживачів, підвищення виставкових стандартів» (Український культурний фонд, б.д.-б). У межах зазначеної програми здійснюється підтримка активностей для інклюзивних категорій музейної аудиторії.

Як засвідчують актуальні музейні практики, попри війну вітчизняна музейна галузь являє собою одну з потужних сил модернізації України. Музейний заклад як вагома частина креативного та культурного секторів виявив стійкість і здатність адаптуватися, а фахівці знайшли інноваційні способи самовираження та комунікації з музейною аудиторією.

■ Висновки

Реалії сьогодення потребують нестандартних рішень на основі синергетичної взаємодії державних інституцій, секторів культурних та креативних індустрій. Визначення креативності як здатності до створення нових значущих форм і виробництва оригінальних продуктів перетворило її на ключове джерело інноваційного розвитку, конкурентної переваги та головного ресурсу для розвитку музейних закладів. Виявлено, що основи для розвитку сучасних креативних практик у музейній сфері закладалися протягом ХХ ст. Для діяльності сучасних музеїв характерне створення інноваційних продуктів на основі креативних ідей та вироблення способів реалізації завдань. Провідна тенденція функціонування музеїв у структурі культурних та креативних індустрій — збільшення кількості споживачів музейного продукту через творче поєднання креативних підходів та новітніх технологій (методи управління, сміливі інтерпретації, фандрейзингові та комунікативні стратегії). Зокрема, серед важливих креативних напрямів діяльності музейних інституцій слід виокремити: створення нестандартних експозицій задля актуалізації колекцій; розширення спектра інструментів комунікації, які спрямовані на створення змістовного та захопливого музейного досвіду для аудиторії; створення інтерактивних музейних просторів; диджиталізацію музейних об'єктів; формування нового покоління музейних менеджерів, здатних інноваційно управляти колекціями та їхньою презентацією.

■ Список посилань

Інша Освіта. (б.д.). *Наші проєкти*. Взято 27 березня 2024 з <https://insha-osvita.org/projects/>

- Кабінет Міністрів України. (2019, 24 квітня). *Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій* (Розпорядження № 265). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
- Марків, Н. (2024, 23 січня). Музей Ханенків стає доступнішим для людей з інвалідністю. *Вечірній Київ*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/93791/>
- Новікова, Г. (2019). Середовищний музей як феномен сучасних культурних індустрій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія: Музеєзнавство і пам'яткознавство*, 2(1), 26–36. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.2.1.2019.172516>
- Норріс, Л., & Ланкеліне, В. (2017). *Доповідь про розвиток сектору культурної спадщини в Україні*. https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Subsector_report_Ua_ukrainian_Fin.pdf
- Пархоменко, І. (2019). Складові формування попиту на культурні івенти в Україні (на прикладі музеїв). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*, 2(1), 134–154. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2019.170662>
- Петрова, І. В. (2022). Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*, 39, 63–77. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902>
- Плецан, Х. (2022). Становлення та розвиток інституційної спроможності діяльності креативних індустрій в Україні: культурологічний аналіз. *Культурологічний альманах*, 3, 236–254. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.30>
- Тубальцева, В. (2017, 22 червня). *Тім Вільямс: «Культура генерує приблизно 4% ВВП України і забезпечує більше робочих місць, ніж будівельна галузь»*. LB.UA. https://lb.ua/culture/2017/06/22/369805_tim_vilyams_kultura_generueie.html
- Український культурний фонд. (б.д.-а). *Головна*. Взято 27 березня 2024 з <https://ucf.in.ua/>
- Український культурний фонд. (б.д.-б). *Культурна спадщина*. Взято 27 березня 2024 з https://ucf.in.ua/m_programs/65674d1d76ddea02a5185612
- Федорова, Н. (2023). Музей як платформа креативних індустрій. *Теорія і практика інтелектуальної власності*, 6, 102–109. <https://doi.org/10.33731/62023.293369>
- Ціватий, В. Г. (2022). Культурні та креативні індустрії у сфері музеєзнавства і пам'яткознавства: новації музейної педагогіки. *Культурологічний альманах*, 1, 47–50. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.15>
- Bailey, Ch. (2018). *Museums and creative industries: Case Studies from across Europe*. NEMO Working Group Museums and Creative Industries. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_2018_Publication_Museums_and_Creative_Industries_Case_Studies_from_across_Europe.pdf
- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. Verso. <https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/bishop-claire-artificial-hells-participatory-art-and-politics-spectatorship.pdf>
- Buheji, M. (2019). Museums and their role in resilient creative economy – the canadian experience. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(6), 26–45. https://www.researchgate.net/publication/333802487_Museums_and_their_Role_In_Resilient_Creative_Economy_The_Canadian_Experience

- Cameron, D. (1968). A viewpoint: the museum as a communication system and implications for museum education. *Curator*, 11(1), 33–40.
- Camilleri, P. (2018). *Community and heritage in a post-museum context: conceptualising sense of place, space and identities in Bormla, Malta* [Ph.D., University of Malta]. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/46425>
- Dana, J. C. (1920). *A Plan for a New Museum: A Plan for a New Museum, the Kind of Museum it Will Profit a City to Maintain*. The Elm tree press.
- Desvallées, A. (Ed.). (1992). Une nouvelle muséologie pour le musée moderne. In *Vagues: une anthologie de la* (Vol. 1, pp. 1–3). Éditions W., M. N. E. S. <https://sfaf29133347fef88.jimcontent.com/download/version/1491495919/module/10944905495/name/Une%20nouvelle%20mus%C3%A9ologie.pdf>
- Krauss, R. E. (1985). *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*. The MIT Press. https://monoskop.org/images/d/df/Krauss_Rosalind_E_The_Originality_of_the_Avant-Garde_and_Other_Modernist_Myths_1985.pdf
- Liao, M. H. (2018). Museums and creative industries: The contribution of Translation Studies. *The Journal of Specialised Translation*, 29, 45–62. https://www.jostrans.soap2.ch/issue29/art_liao.pdf
- Machková, N., & Adamcová, J. (2018). "Kulturní a kreativní" muzea. Úvod do problematiky. *Muzejní a vlastivědná práce*, 56(1), 37–44. <https://doi.org/10.2478/mmv-2018-0012>
- Nogare, C. D., & Murzyn-Kupisz, M. (2021). Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?. *Journal of Cultural Economics*, 45, 671–704. <https://doi.org/10.1007/s10824-021-09418-3>
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Museum 2.0.
- The European Museum of the Year Award (EMYA). (n.d.). *Home*. Retrieved January 4, 2024, from <http://www.europeanforum.museum/en/>

References

- Bailey, Ch. (2018). *Museums and creative industries: Case Studies from across Europe*. NEMO Working Group Museums and Creative Industries. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_2018_Publication_Museums_and_Creative_Industries_Case_Studies_from_across_Europe.pdf [in English].
- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. Verso. <https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/bishop-claire-artificial-hells-participatory-art-and-politics-spectatorship.pdf> [in English].
- Buheji, M. (2019). Museums and their role in resilient creative economy – the canadian experience. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(6), 26–45. https://www.researchgate.net/publication/333802487_Museums_and_their_Role_In_Resilient_Creative_Economy_-The_Canadian_Experience [in English].
- Cabinet of Ministers of Ukraine. (2019, April 24). *Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii* [On approval of economic activities that belong to the creative industries] (Order No. 265). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
- Cameron, D. (1968). A viewpoint: the museum as a communication system and implications for museum education. *Curator*, 11(1), 33–40 [in English].

- Camilleri, P. (2018). *Community and heritage in a post-museum context: conceptualising sense of place, space and identities in Bormla, Malta* [Ph.D., University of Malta]. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/46425> [in English].
- Dana, J. C. (1920). *A Plan for a New Museum: A Plan for a New Museum, the Kind of Museum it Will Profit a City to Maintain*. The Elm tree press [in English].
- Desvallées, A. (Ed.). (1992). Une nouvelle muséologie pour le musée moderne [A new museology for the modern museum]. In *Vagues: une anthologie de la nouvelle muséologie nouvelle muséologie* [Vagues, an anthology of new museology] (Vol. 1, pp. 1–3). Éditions W., M. N. E. S. <https://sfaf29133347fef88.jimcontent.com/download/version/1491495919/module/10944905495/name/Une%20nouvelle%20mus%C3%A9ologie.pdf> [in French].
- Fedorova, N. (2023). Muzei yak platforma kreatyvnykh industrii [Museums as platforms for the development of creative industries]. *Theory and Practice of Intellectual Property*, 6, 102–109. <https://doi.org/10.33731/62023.293369> [in Ukrainian].
- Insha Osvida. (n.d.). *Nashi proiekty* [Our projects]. Retrieved March 27, 2024, from <https://insha-osvida.org/projects/> [in Ukrainian].
- Krauss, R. E. (1985). *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*. The MIT Press. https://monoskop.org/images/d/df/Krauss_Rosalind_E_The_Originality_of_the_Avant-Garde_and_Other_Modernist_Myths_1985.pdf [in English].
- Liao, M. H. (2018). Museums and creative industries: The contribution of Translation Studies. *The Journal of Specialised Translation*, 29, 45–62. https://www.jostrans.soap2.ch/issue29/art_liao.pdf [in English].
- Machková, N., & Adamcová, J. (2018). "Kulturní a kreativní" muzea. Úvod do problematiky ["Cultural and creative" museums. Introduction to the issue]. *Muzeum: Muzejní a vlastivědná práce*, 56(1), 37–44. <https://doi.org/10.2478/mmvp-2018-0012> [in Czech].
- Markiv, N. (2024, January 23). Muzei Khanenkiv staie dostupnshym dlia liudei z invalidnistii [Environmental Museum as a Phenomenon of Modern Cultural Industries]. *Vechirniy Kyiv*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/93791/> [in Ukrainian].
- Nogare, C. D., & Murzyn-Kupisz, M. (2021). Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?. *Journal of Cultural Economics*, 45, 671–704. <https://doi.org/10.1007/s10824-021-09418-3> [in English].
- Norris, L., & Lankeline, V. (2017). *Dopovid pro rozvytok sektoru kulturnoi spadshchyny v Ukraini* [Report on the development of the cultural heritage sector in Ukraine]. https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Subsector_report_Ua_ukrainian_Fin.pdf [in Ukrainian].
- Novikova, H. (2019). Seredovyshchnyi muzei yak fenomen suchasnykh kulturnykh industrii [The Environmental Museum as a Phenomenon of Modern Cultural Industries]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Museology and Monumental Studies*, 2(1), 26–36. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.2.1.2019.172516> [in Ukrainian].
- Parkhomenko, I. (2019). Skladovi formuvannia popytu na kulturni iventy v Ukraini (na prykladi muzeiv) [Creating a demand for cultural events in Ukraine (on an example of museums)]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Management of Social and Cultural Activity*, 2(1), 134–154. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2019.170662> [in Ukrainian].

- Petrova, I. V. (2022). Kulturni ta kreatyvni industrii: problema vyznachen [Cultural and creative industries: the definition issue]. *Issues in Cultural Studies*, 39, 63–77. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902> [in Ukrainian].
- Pletsan, Kh. (2022). Stanovlennia ta rozvytok instytutsiinoi spromozhnosti diialnosti kreatyvnykh industrii v Ukraini: kulturolohichnyi analiz [Establishment and development of institutional capacity of creative industries in Ukraine: a cultural analysis]. *Culturological almanac*, 3, 236–254. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.30> [in Ukrainian].
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Museum 2.0 [in English].
- The European Museum of the Year Award (EMYA). (n.d.). *Home*. Retrieved January 4, 2024, from <http://www.europeanforum.museum/en/> [in English].
- Tsivatyi, V. H. (2022). Kulturni ta kreatyvni industrii u sferi muzeieznavstva i pamiatkoznavstva: novatsii muzeinoi pedahohiky [Cultural and creative industries in the field of museum studies and monument studies: innovations in museum pedagogy]. *Kulturolohichnyi almanakh*, 1, 47–50. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.15> [in Ukrainian].
- Tubaltseva, V. (2017, 22 chervnia). *Tim Viliams: "Kultura heneruie pryblyzno 4% VVP Ukraini i zabezpechuie bilshe robochykh mists, nizh budivelna haluz"* [Tim Williams: "Culture generates about 4% of Ukraine's GDP and provides more jobs than the construction industry"]. LB.UA. https://lb.ua/culture/2017/06/22/369805_tim_vilyams_kultura_generuie.html [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.-a). *Holovna* [Home]. Retrieved March 27, 2024, from <https://ucf.in.ua/> [in Ukrainian].
- Ukrainian Cultural Foundation. (n.d.-b). *Kulturna spadshchyna* [Cultural heritage]. Retrieved March 27, 2024, from https://ucf.in.ua/m_programs/65674d1d76ddea02a5185612 [in Ukrainian].

PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF MUSEUM INSTITUTIONS IN THE CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRY STRUCTURE

Yuliia Kliuchko

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-1969-4308
e-mail: klyuchko@gmail.com*

The aim of the article is to study peculiarities and current problems of museum functioning in the structure of cultural and creative industries, taking into account foreign experience and Ukrainian practices. *Results*. It is found out that studying the museum institution in the structure of cultural and creative industries contributes to solving the issues of the effective conceptual, social and commercial presence of the museum in modern socio-cultural and economic space, particularly, through inventing creative products and projects, as well as accepting the fact that the museum is constantly developing. It is proved that the foundation for the development of

current creative practices in the museum field had been created during the 20th century. It is mentioned that in the 21st century the world is witnessing a powerful and dynamic development of the museum sector in the structure of cultural and creative industries. The practices of grant support of the museum field are analysed. Ukrainian museum establishments are viewed as a part of creative and cultural sectors of society and one of powerful forces of modernising the country. *The scientific novelty* consists in determining the peculiarities of the functioning of museum institutions in conditions of cultural and creative environment, on the basis of foreign experience and Ukrainian practices. *The conclusions* emphasise that the leading tendency of modern museum functioning in the structure of cultural and creative industries is the increase in the number of the museum product consumers through the artistic combination of creative approaches and innovative technologies (such as management methods, bold interpretations, fundraising and communication strategies). The following important creative directions of activity of museum institutions are singled out: creation of non-standard expositions in order to update collections; expansion of the range of communication tools; creation of interactive museum spaces; digitalisation of museum objects; formation of a new museum managers' generation, capable of innovative management of collections and their presentation.

■ **Keywords:** museum; cultural and creative industries; creative economy; museum product; cultural heritage; cultural heritage actualisation; innovative and creative museum environment; grant support of the museum sector; museum audience



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318727

УДК 004.5:[316.772.5:008"20"

ВІТУБЕРИ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Євген Малюк^{1а}, Денис Вітковський^{2а}

¹Кандидат культурології, доцент,

ORCID ID: 0000-0002-6671-129X

e-mail: y.maliuk@kubg.edu.ua

²Старший викладач,

ORCID ID: 0009-0001-7378-4489

e-mail: d.vitkovskiy@kubg.edu.ua

^аКиївський столичний університет

імені Бориса Грінченка,

Київ, Україна

Для цитування:

Малюк, Є., & Вітковський, Д. (2024). Вітубери як феномен сучасної медіакультури. *Питання культурології*, 44, 107–119. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318727>

Мета статті — систематизувати наявні відомості про функціонування вітуберів як феномену сучасної медіакультури. *Результати дослідження*. Розглянуто специфіку функціонування вітуберів у сучасній медіакультурі. Підкреслено важливість парасоціальних стосунків як чинника популярності вітуберів. Схарактеризовано вплив вітуберів як інфлюенсерів, зокрема в політичних питаннях. Виявлено, що основними джерелами естетики вітуберів є культура айдолів та інтернет-культура анонімних іміджбордів. Окреслено специфіку локального вітубінгу на прикладі українського матеріалу. *Наукова новизна* полягає в тому, що уточнено термін «вітубер» в українському науковому дискурсі; вперше в науковій літературі розглянуто специфіку україномовного вітубінгу та звернено увагу на окреслене явище з погляду медіакультури. *Висновки*. Основними рисами вітуберів, яких вони набувають завдяки можливостям технологій, є анонімність і трансмедіальність. Анонімність дає змогу працювати з різними ідентичностями, створювати парасоціальні стосунки з аудиторією. Трансмедіальність дає змогу вітуберам функціонувати в медіапросторі поза звичайними стримами, що потенційно за умови набуття ними глобальної популярності може перетворити їх на важливих інфлюенсерів. Незалежні вітубери не сильно відрізняються від стримерів, тоді як специфіка корпоративних вітуберів є своєрідною через різноманіття контенту та експлуатацію культури японських айдолів. Український вітубінг формується з незалежних вітуберів; третина зі знайдених українських вітуберів виокремила LGBTQ+ як тег, що може вказувати на їхню ідентичність. Підкреслено необхідність подальшого вивчення контенту українських вітуберів для дослідження їхньої специфіки.

© Малюк Є., 2024

© Вітковський Д., 2024

Стаття надійшла до редакції: 16.09.2024

Ключові слова: стримінг; трансмедіальність; аудіовізуальне виробництво; Hololive, Kizuna Ai; цифровий аватар; вітубинг; медіакультура

Вступ

Деякі нові технології часто отримують поштовх до розвитку через апробацію у сфері дозвілля. Мережа Інтернет, доповнена та віртуальна реальність, нейромережі, хоч і не створювалися для розваг, стали важливою їх частиною. Людина почала опановувати потенційно можливий або віртуальний світ. Швидкий доступ до мережі, який дає змогу проводити прямі трансляції, та можливість розпізнавати рухи в реальному часі, відтворюючи їх у вигляді цифрового аватара, призвели до появи такого важливого в сучасній медіакультурі та аудіовізуальному виробництві явища, як вітубери. З часів появи вітуберки Кізуни Ай у 2016 році цей феномен останніми роками значно поширився, зокрема у зв'язку з удосконаленням і спрощенням доступу до технологій, що можуть здійснювати перетворення руху користувача на рух аватара. Вітубери, які з часів появи Кізуни Ай були переважно японським явищем культури, популяризувалися на Заході у 2020 році (під час епідемії COVID-19) і відтоді набирають обертів, все більше працюючи з міжнародною аудиторією. Віртуальні аватари поступово стають важливим складником дозвілля власної аудиторії. Дослідження цього явища, що стрімко набирає обертів в усьому світі, дасть змогу краще зрозуміти функціонування вітубінгу в контексті сучасної медіакультури.

Аналіз попередніх досліджень

Серед вітчизняних дослідників на феномен вітуберів звертали увагу Б. Пашченко, О. Кирилова, В. Павленко та Н. Блинова (Pashchenko et al., 2022), розглядаючи їх у контексті медіатизації японської популярної культури. У цілому тема вітубінгу у вітчизняних дослідженнях представлена мало, а зазначена стаття українських авторів була написана англійською мовою. Українськомовних досліджень вітуберів не знайдено.

Серед зарубіжних досліджень особливої уваги варта праця С. Суана (Suan, 2021), який досліджує особливості вітуберів як тих, хто виступає на публіці. У роботі порушується тема автентичності персонажів на прикладі Кізуни Ай та естетики вітуберів, яка кодифікує рухи вітуберів як конвенційний для японської анімації код.

Сприйняття вітуберів аудиторією досліджують Ж. Лю, Ч. Шен, Дж. Лі, Х. Шен та Д. Віґдор (Lu et al., 2021). На китайському матеріалі за допомогою методу інтерв'ю автори сформуливали бачення вітуберів власною аудиторією, зосередивши увагу на питаннях рис вітуберів, найцікавіших для аудиторії жанрів, взаєминах між людиною, що відіграє роль віртуального аватара, та персонажем, який ця людина представляє.

Локальний контекст вітубінгу було проаналізовано на прикладі Індонезії. Роль індонезійського вітубінгу як «м'якої сили» проаналізували Ґ. Ґалленіус та С. Анді Акіл (Gallennius & Akil, 2024).

Р. Шмідер (Schmieder, 2024) досліджує вітуберів як новий вид цифрових інфлюенсерів, який через свою цифрову природу може знаходити собі місце на

різних платформах, бути автентичним, але водночас залишатися анонімним. Й. Лі (Li, 2023) досліджує привабливість вітуберів для покоління зумерів. Але в зазначених дослідженнях питання функціонування вітубінгу в контексті медіакультури не були основним інтересом дослідників і розглядалися побіжно; також не було звернено увагу на дослідження локального контексту українського вітубінгу.

■ **Мета статті**

Мета статті — систематизувати наявні відомості про функціонування вітуберів як феномену сучасної медіакультури.

■ **Результати дослідження**

Б. Пашченко, О. Кирилова, В. Павленко та Н. Блинова (Pashchenko et al., 2022, р. 187) стверджують, що «віртуальними ютуберами» називають авторів стримів і відео на YouTube, які проводять прямі трансляції та комунікують з глядачами за допомогою «аніме-аватару», але це не завжди так. По-перше, хоча історично назва «вітубер» нерозривно пов'язана з відеосервісом YouTube, вітубери вже давно вийшли за межі однієї платформи. Іншими популярними платформами для вітуберів є Twitch, Bilibili та Niconico (останні дві є аналогами YouTube в Китаї та Японії). По-друге, не завжди аватар вітубера використовує естетику аніме. Наприклад, вітубери EngineerGaming та Random the Orc використовують образи, які базуються на західній естетиці. Це підтверджують і самі вітубери — популярна вітуберка Nyanners як приклад вітубера, що не використовує естетику японської анімації, згадує свого колегу, який має вигляд пістолета (AnthonyPadilla, 2021).

Анімовані персонажі, що розмовляють з екрана з глядачем, є явищем, звичним у контексті історії телебачення та інтернету — Телепузики, Мопет-шоу, Надокучливий апельсин та ін. Проте по-справжньому взаємодіяти з аудиторією подібним персонажам у реальному часі вдалося тільки нещодавно, чому сприяла низка технічних передумов. Першою передумовою була поява стримінгу, який дав змогу спілкуватися та передавати картинку в реальному часі за допомогою мережі Інтернет кожному користувачу, який мав достатню швидкість зв'язку. Другою — технологія розпізнавання обличчя та відстежування рухів.

Не менш важливими для появи вітуберів є культурні передумови. Деякі особливості корпоративних вітуберів частково запозичені в айдолив — поширеного в Японії культурного явища. Не поглиблюючись у цю тему, зауважимо, що айдолами в японській культурі називають переважно дівочі колективи, які ведуть зразковий образ життя та займаються музичною діяльністю. Деякі корпоративні вітубери, переважно представники агенції Hololive, як і айдоли, дають концерти на віртуальних майданчиках. Проте якщо айдоли мають бути зразками поведінки, далеко не всі вітубери підтримують такий імідж. У сленгу вітуберів є слово «сейсо», що в перекладі з японської мови означає «чистий» або «невинний» та використовується стосовно деяких з вітуберів, які створюють контент, що підходить для будь-якої аудиторії (Kochar, 2023). Проте, спостерігаючи за поведінкою спільноти та вітуберів, подібний термін використовується в середовищі

вітуберів скоріше іронічно, аніж серйозно. Чимала кількість вітуберів навпаки демонструє розв'язність. Наприклад, популярна англомовна вітуберка Нянерс (1,46 млн підписників) відома, зокрема, читанням коментарів до еротичних і порнографічних зображень з сайту Gelboogu (Nyanners, 2016).

Окрім культури айдолів, джерелом для натхнення вітуберів, особливо західних, є культура іміджбордів типу 4chan, які дають змогу анонімно спілкуватися на різноманітні теми без цензури та мають великий інтерес до японської культури. Зокрема, спостереження за змістом тредів (аналог «теми» на форумі) анонімних іміджбордів, що присвячені японській культурі, продемонстрували, що чимало з них стосується саме вітуберів, а на згаданому вище 4chan є окрема дошка /vt, яка присвячена вітуберам. Згадана вище вітуберка Нянерс починала свою кар'єру у 2014 році, розміщуючи свої роботи саме на 4chan (Nyatasha Nyanners, n.d.).

Ще однією важливою передумовою появи вітуберів є вокалоїди, серед яких найпопулярнішою є Хацуно Міку — віртуальний тривимірний аватар синтезованого голосу, створеного Crypton Future Media, який став основою медіафраншизи з музичними альбомами, відеоіграми, аніме, мерчендайзом тощо. Особливо це притаманно корпоративним вітуберам, агенції яких знаходяться в Японії. Наприклад, найпопулярніша американська організація VShojo (хоч їхні учасники теж інколи беруть участь у записі пісень) набагато рідше організовує живі концерти та експлуатує естетику айдолів. На момент дослідження є лише 1 концерт VShojo — ~Candy pop explosion~, який відбувся в серпні 2023 року.

Є різні версії щодо того, кого вважати першим вітубером. Для компетентної відповіді ця дискусія потребує окремої наукової розвідки, що виходить за межі мети, яку поставлено в статті. Якщо досліджувати вітубінг не як вид діяльності, а розглядати зародження явища з появою цього терміна, то достеменно відомо, що термін «віртуальний ютубер» вперше використала вітуберка Кізуна Ай у 2016 році. Цей проєкт відкрив дорогу усім вітуберам і став певним еталоном для нового виду медіарозваг.

Цікавим, на наш погляд, є промовисте ім'я для такого флагманського проєкту, яке є певним маніфестом нового напрямку в медіа: Kizuna AI — гра слів; Кізуна — з японської «зв'язки між людьми», «емоційний зв'язок», AI — «штучний інтелект» або японське жіноче ім'я Ай, що означає «любов».

Для позначення людини, що відіграє роль вітубера, ми будемо використовувати японський термін «наканохіто» (中の人), який у перекладі з японської мови означає «людина всередині». Ми використовуємо цей термін, оскільки традиційні терміни, як-от «актор озвучування» або «ведучий», не повністю відповідають ролі людини, яка стоїть за вітубером. Цей термін поширений у спільноті фанатів вітуберів і використовується в наукових дослідженнях, наприклад, у Ж. Лю, Ч. Шена, Дж. Лі, Х. Шена та Д. Вігдора.

АІ в імені Кізуни Ай використано, щоб продемонструвати її легенду. Вона штучний інтелект, який хотів би спілкуватися з людьми, більше про них дізнатися, стати популярною ютуберкою та знятися в рекламі (A.I.Channel, 2016). Переважна більшість сучасних вітуберів теж використовує легенди для своїх персонажів, для цього зазвичай на офіційних сайтах агенцій вітуберів є окремий

розділ. Наприклад, для популярної вітуберки Хаос Белз (*Hakos Baelz*, n.d.) на офіційній сторінці її агенції розміщена така легенда: «Хаос. Безлад. Ентропія... Усе це у вигляді милого маленького щура. Вона виконавиця, що шукає нових викликів. Час від часу її штормить, але це вона так розважається». Подібний пафос масових видовищ притаманний цирковим видовищам або близьким до них реслерським поєдинкам. Аналогію з останнім явищем щодо образу вітуберів використав Б. Вільямс, який мав реслерську кар'єру, а згодом перепрофілювався в професійного вітубера. Для опису специфіки роботи вітубера він згадує термін «кейфіб», який належить до реслерського сленгу та означає представлення стосунків героїв на сцені як такі, що є справжніми навіть за межами рингу (D'Anastasio, 2021).

Кізуна Ай є корпоративним продуктом. Наразі правами на неї володіє Kizuna AI Inc., що зазначено на її офіційному сайті. Більшість сучасних популярних вітуберів теж належать компаніям, так званим «агенціям талантів», для яких майбутні вітубери проходять співбесіди та прослуховування, серед яких Hololive, Nijisanji, VShojo, Phase Connect та ін. Більшість з цих агенцій мають головний офіс у Японії або США. У 2020 році 94 зі 100 найпопулярніших вітуберів на YouTube були пов'язані з такими агенціями (Lu et al., 2021). За статистикою інтернет-порталу Dexerto (<https://www.dexerto.com/>), з 20 найпопулярніших вітуберів за кількістю підписників на YouTube лише 2 є незалежними, на платформі Twitch — 16 з 20 є незалежними.

Проте якщо порівняти кількість підписників, то тільки 1–2 номери в списку з Twitch змогли б увійти в список підписників на YouTube. Вітубери, що організовані агенціями, мають більше можливостей залучення до різноманітних колаборацій з іншими вітуберами, виконавцями, брендами тощо. Більші фінансові ресурси, якими володіє агенція, дають змогу краще представляти своїх працівників, зокрема не просто створювати якісні тривимірні моделі для вітуберів, а робити з них справжнє шоу, як це робить, наприклад, компанія Hololive, яка інколи спеціально працює з розробниками ігрових модифікацій для їх інтеграції у контекст власної історії. Іншим прикладом використання ресурсів Hololive для створення яскравого контенту є презентація нових моделей для аватарів, яке являє собою шоу, жанрово близьке до мюзиклу або, якщо брати японську культуру, концертів вокалоїдів, де фактично перед глядачами виступає тривимірне зображення тієї чи іншої популярної вокалоїд-виконавиці.

В епоху віртуалізації культури, коли жарти інтернет-спільнот про романтичні та сімейні стосунки з двовимірними та тривимірними персонажами творів популярної культури не завжди є жартами (варто згадати історію японця Акіхіко Кондо, який одружився з вокалоїдом Хацуне Міку (Ryall, 2023)), не варто забувати про парасоціальні стосунки, які є однією з причин популярності вітуберів. Парасоціальними називаються такі стосунки, які відбуваються між глядачем і медіаперсонажем. На відміну від привабливих, але недоступних телегероїв минулого, вітубери доступні до інтеракції з глядачами (зазвичай у чатах). Але не завжди вітубери читають усі повідомлення в чаті — у популярних вітуберів їх забагато і, як показали спостереження, часто їхній зміст зводиться до реакцій у вигляді емоджі з вітуберкою або словесних реакцій, що позначають якесь від-

чуття (за спостереженнями, «мило», «страшно», «весело» були найпопулярнішими реакціями). Винятком є так звані «суперчати», які дають змогу передавати повідомлення разом з переказом грошей. У практиці популярних вітуберів «суперчати» зазвичай зачитуються наприкінці стриму або інколи в окремому стримі. За даними рейтингу платформи Playboard, популярна японська вітуберка Усада Пекора, яка є однією з лідерок YouTube за сумою грошей, отриманих за «суперчати», виключно на цьому виді донатів заробила близько 3 млн доларів США (*Most Super Chatted*, 2024).

Окрім парасоціальних стосунків, є й інші причини популярності вітуберів, такі як спілкування онлайн, фізична привабливість аватарів, наявність спільних інтересів тощо (Li et al., 2023). Звісно, можна було б звести вітуберів до стримерів, бо чимало з їхньої діяльності перетинається. Проте наявність аватара, певної дистанції між наканохіто та його персонажем, функціонування корпоративних вітуберів за принципами японських айдолів дає змогу розрізняти ці феномени аудіовізуального виробництва. Тільки з технологіями вітубингу можлива поява таких стримерів, як Зентрея, дівчини-дракона, голос наканохіто якої ми не можемо почути. Роль її голосу виконує система, яка трансформує голос стримерки в текст, а з нього — у голос, який лунає в ефірі. Ідентичність людини, яка прихована за цим псевдо, невідома. Подібна анонімність дає змогу галузі вітуберів бути різноманітною.

Як молода сфера медіарозваг вітубинг відкритий для нових форм. Компанія Activ8, якій належали права на Кізуни Ай у 2019 році, здійснила низку сміливих експериментів, які привернули увагу спільноти фанатів і дослідників медіа. Один з таких експериментів у 2019 році стосувався особистості Кізуни Ай. Оскільки за легендою вона є штучним інтелектом, цифровим продуктом, це означає, що Кізуна Ай, як і будь-який цифровий продукт, має властивість копіюватися. Так, з'явилося п'ять версій Кізуни, причому наканохіто першої версії Кізуни, Касуга Нозомі, виконувала тільки ролі Оригінальної Ай та Чорної Ай (Original Ai, Black Ai). Ідея розділення полягала в тому, щоб відокремити образ від голосу та мати змогу надавати персонажу різні голоси. Така ситуація схожа на інший японський експеримент з медіаперсонажами, який відбувся в другій половині 90-х рр. XX ст., коли японський експериментатор Кенджі Ено використовував одну і ту саму тривимірну модель, яку звали Лора, для різних його ігор. Вона була ніби акторка, яка грала ролі в різних фільмах (Nutt, 2013). Але ця ідея не прижилася й інших таких експериментів, принаймні в межах популярної ігрової індустрії, не відбувалося.

Щодо Кізуни Ай, то маніпуляція з розширення її особистостей дала б змогу компанії, що володіла правами на вітуберку, вільно розпоряджатися віртуальним персонажем, який був незалежний від її наканохіто. Але реалізація цього плану стала причиною, через яку аудиторія почала втрачати інтерес до вітуберки, адже така неконсистентність оригінального персонажа порушувала відчуття парасоціальних стосунків з аудиторією. Зрештою, інтерес до Кізуни Ай почав вщухати, й у 2021 році вона заявила про перерву у своїй кар'єрі (Kizuna AI, 2021).

З іншого боку, не всіх цікавить автентичність персонажа вітубера. Опитування, яке провели Ж. Лю, Ч. Шен, Х. Шен, Дж. Лі, та Д. Вігдор (Lu et al., 2023)

з метою аналізу сприйняття вітуберів членами субкультури отаку, продемонстрували, що більшість респондентів не вважає зміну наканохіто для вітубера проблемою. Це створює суперечності між результатами інтерв'ю та причинами, які ми зазначили, як падіння популярності клонів Кізуни Ай. Імовірно, це пов'язано з тим, що опитані отаку були з Китаю, в якому своя культурна специфіка, яка ставить професіоналізм вище за автентичність.

Технології для здійснення стримів вітуберами вдосконалюються. У 2024 році було заявлено про відродження Кізуни Ай. На початку серпня 2024 року на офіційній YouTube-сторінці вітуберки опублікована трансляція, яка називається «s h e e e r» (вірогідно, алюзія на відомий науково-фантастичний твір Ф. Діка «Чи мріють андроїди про електричних овець?» (2016)), в якій під електронну музику демонструється динамічний ASCII-арт, в якому періодично проявляється слово *сognition* (пізнання) (A.I.Channel, 2024). Спільнота фанатів припускає, що нова версія Кізуни Ай може бути пов'язана з широким використанням штучного інтелекту. Якщо їхні прогнози справдяться, це буде цікавий експеримент, який у разі своєї популярності може змінити аудіовізуальне виробництво не менше, аніж поява оригінальної вітуберки. Навіть якщо це припущення справдиться, воно буде стосуватися використання штучного інтелекту в обмеженому обсязі, адже на сьогодні системи штучного інтелекту не мають достатньої агентності, щоб замінити живого наканохіто.

Ідея з використанням Кізуни Ай поза її початковим характером і наканохіто нагадує історію з науково-фантастичного серіалу «Чорне дзеркало» під назвою «Момент Волдо», яка з'явилася за 3 роки до появи вітуберів. У ній маловідомий комік відігравав віртуального персонажа Валдо, який крізь призму сатири висвітлював поточні події. Згодом продюсери побачили в цьому персонажі перспективу політика. Спочатку це сприймалося за жарт. Хоча Волдо був далекий від фаворитів місцевих виборів, на які його висунули, він, зрештою, зайняв друге місце. Агенція, що володіла правами на Волдо, мала плани щодо перетворення його на політика світового рівня. Але його наканохіто був проти цього. Зрештою, від послуг наканохіто Валдо відмовилися, він став безхатком, а Валдо як персонаж стає окремим від нього, ба більше — його зображення згодом з'являється на багатьох екранах антиутопічного світу. Отже, в майбутньому віртуального персонажа Валдо вивели у велику політику. Звісно, цей сюжет є вигадкою, однак з набуттям популярності залучення корпоративних вітуберів у політику — нехай не як політиків, але важливих інфлюенсерів — може бути питанням часу. На сьогодні популярні вітубери тримаються подалі від політики та зазвичай порушують подібні питання лише випадково — наприклад, як під час скандалу 2020 року, коли вітуберки Акаї Хаато та Кір'ю Коко розповідали про статистику їхніх переглядів у світі, згадавши про Тайвань. Оскільки це не відповідає китайській політиці «одного Китаю», це викликало обурення у китайській аудиторії, яка почала бойкотувати, погрожувати, надсилати скарги на стрими цих вітуберок. Згодом це стало однією, але не єдиною причиною розпаду китайського підрозділу компанії Hololive (Colp & Deyo, 2020).

Ще в першому відео Кізуна Ай говорила про своє бажання знятися в рекламі як популярна ютуберка. Використання трансмедіальності, тобто присут-

ності в різних медіа, є важливою рисою корпоративних і рідше — незалежних вітуберів. Це дає змогу підтримувати інтерес у вже наявної аудиторії та залучати нову, зокрема за допомогою нових платформ. Агенція Hololive 5 липня 2024 року влаштувала колаборацію з американською бейсбольною командою Dodgers з Лос-Анджелесу. У програмі був інтерактив з глядачами та концерт, а на стадіоні продавався відповідний мерчендайз, продаж якого, за словами одного з робітників стадіону, який має нікнейм Stratos_Speedstar (2024), створив неймовірну чергу через те, що представники команди та Hololive не оцінили попит на нього.

Іншим напрямом трансмедіальності вітуберів є відеоігри. Наприклад, агенції Hololive та Vchibana представлені як видавці на одному з найбільших майданчиків для продажу відеоігор Steam, маючи в асортименті як безплатні, так і платні ігри. Ще однією важливою частиною трансмедіальності є фанатська творчість. Фанатські роботи вітуберів різноманітні — від нарізок етерів з найцікавішими моментами до відеоігор з вітуберами у головній ролі. Зокрема, на майданчику для незалежних відеоігор itch.io для ігор про вітуберів є окремий тег, що підтверджує попит на зазначену тематику. На середину серпня 2024 року під цим тегом міститься 233 гри (*Top games tagged vtuber*, n.d.). Іншим прикладом фанатської діяльності є створення кліпів з найцікавішими моментами стримів. Такий фанатський контент становить особливий інтерес, адже він акцентує на тому, що цікавить аудиторію вітуберів. Іншим цікавим проявом фанатської творчості в контексті медіакультури є створення кліпів з перекладами. Так, англомовна аудиторія може ознайомитися з творчістю японських вітуберів.

Корпоративні вітубери часто володіють декількома мовами, які дають змогу спілкуватися з локальною та міжнародною аудиторією. Винятком, за нашими спостереженнями, були японські вітубери — більшість з них знає англійську на базовому рівні, який не дає змоги повноцінно спілкуватися з міжнародною аудиторією. Якщо ж говорити про локальну специфіку, то ми вважаємо, що вартою уваги є специфіка українського вітубингу. Ми не знайшли жодного корпоративного вітубера, який би асоціював себе з Україною, проте є ціла низка незалежних вітуберів. На сьогодні український вітубинг, з огляду на знайдені матеріали, тільки починає свої перші кроки.

Найбільш повний список україномовних вітуберів нам вдалося знайти на платформі для прихильників вітубингу VTubie (*Ukrainian (Language)*, n.d.). У зазначеному списку є канали, які мають від 24 до 4500 підписників. Зміст їхніх трансляцій є типовим для вітуберів — це переважно стримінг відеоігор, зрідка розмови чи творчість на кшталт малювання або програмування. Хоча єдиним критерієм для пошуку українських вітуберів була українська мова, більшість, але не всі зі знайдених вітуберів, послуговується нею як основною. З огляду на це, ймовірно, вітубери зазначили українську мову як певний індикатор приналежності до України.

Дехто з українських стримерів об'єднані в команди, проте це скоріше свідчення можливих колаборацій, а не корпоративності. Інколи українські вітубери запрошують один одного для розмови, але подібні колаборації є локальними та цікавими лише постійним глядачам цих вітуберів. Більшість аватарів, що

використовуються, є набагато простішими за ті, що зазвичай використовують професійні вітубери. Не всі учасники з дослідженого списку україномовних вітуберів є вітуберами, зважаючи на сформульоване нами визначення. Наприклад, Chizuko проводить трансляції, сидячи в масці, але водночас ми бачимо частину її обличчя під час стриму, віртуальний аватар у неї відсутній.

З 21 вітубера, що є в цьому списку на сайті vTubie, 7 вітуберів мають теґ LGBTQ+. Оскільки в сучасному суспільстві ставлення до людей, що зараховують себе до такої групи, не завжди сприймаються толерантно суспільством. Ба більше, деякі вітубери, які не мають цього теґу в своєму описі, в текстовому описі можуть містити інформацію, яка натякає на LGBTQ+. Наприклад, вітубер KittenBlaze характеризує себе як «український трап неко-бой». Трап — це сленгове позначення кросдресерів, тобто тих, хто одягається як представник протилежної статі. Дуже часто в інтернеті це використовується іронічно та підкреслює карнавальний дух, в який вписується анонімність використання аніме-аватара, з іншого боку, це може бути натяком на ідентичність самого наканохіто. Питання ідентичності українських вітуберів може бути цікавою темою для майбутніх культурологічних досліджень. Ми використали метод пілотного дослідження для базового ознайомлення з українською специфікою. Глибокий аналіз, зокрема контент-аналіз наявного корпусу збережених відео вітуберів, може бути перспективним напрямом майбутніх досліджень.

За умови набуття більш професійного статусу вітубери, як продемонстровано в статті Ґ. Галленіуса та С. Анді Акіла (Gallennius & Akil, 2024) на прикладі індонезійського досвіду, мають перспективу стати важливим чинником «м'якої сили». Але мала зацікавленість місцевого населення, слабкі зв'язки з Японією та японською культурою та, ймовірно, культурна специфіка ведення бізнесу (індонезійський прорив пов'язаний з появою окремої філії агенції Hololive), яка відрізняється від азійської, робить на сьогодні перспективи виходу українського вітубінгу на світовий рівень примарними.

■ Висновки

Вітубінг є новим явищем у медіакulturі, який об'єднує характерні особливості стримерів та риси популярної японської культури, зокрема естетику аніме та айдолів, хоча ця естетика не є обов'язковим її елементом. Головною рисою вітуберів є їхня анонімність, що прихована за аватаром, і висока інтерактивність з аудиторією, яка дає змогу створювати парасоціальні стосунки між спільнотою та вітуберами. Більшість індивідуальних (незалежних) вітуберів, на відміну від корпоративних, не має великого медійного ресурсу. Вони мало відрізняються від звичайних стримерів, тому для дослідників медіакulturі цікавими є представники корпоративних вітуберів, які мають більше можливостей створення та подачі контенту. Визначною рисою вітубінгу як частини аудіовізуального виробництва та передусім корпоративного сегмента є його трансмедіальність, яка дає змогу вибудовувати медіафраншизи на основі образів цифрових аватарів. Як демонструють експерименти з Кізуною Ай, зірковість вітуберів може бути використана для відокремлення образу вітубера від людини, яка є його наканохіто, та має певний потенціал для становлення вітуберів як глобальних інфлюенсе-

рів найближчого майбутнього. Подібна форма дозвілля популярна передусім у Японії, проте чимало агенцій має англомовних вітуберів, які поступово залучають американську та європейську аудиторію. Вітубери є і в Україні. Проаналізовані українські вітубери не стосуються жодної великої організації вітуберів та мають невелику, як порівняти з провідними вітуберами, кількість підписників; для них це заняття лише хобі. Це зменшує можливості українських вітуберів для медіакультурного впливу, що притаманне корпоративним вітуберам. Третина зі знайдених за допомогою тегів вітуберів асоціювала себе з LGBTQ+. Вивчення особливостей ідентичності вітуберів, зокрема українських, становить перспективний напрям діяльності для дослідників сучасної медіакультури.

■ Список посилань

- Дік, Ф. (2016). *Чи мріють андроїди про електричних овець?* (Т. Бойко, пер.). Комубук. A.I.Channel. (2016, 1 декабря). [Приветствие] Приятно познакомиться! Я - Кизуна АИ («`») [Видео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NasyGUeNMTs>
- A.I.Channel. (2024, June 29). *s h e e e p* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EEEmgm61cQjE>
- AnthonyPadilla. (2021, March 31). *I spent a day with VTUBERS* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=sLh43_4jw60
- Colp, T., & Deyo, N. (2020, December 22). *The Vtuber Industry: Corporatization, Labor, and Kawaii*. VICE. <https://www.vice.com/en/article/akdj3z/the-vtuber-industry-corporatization-labor-and-kawaii>
- D'Anastasio, C. (2021, April 28). *He's a WWE Star and a Vtuber. Those Worlds Aren't So Different*. WIRED. <https://www.wired.com/story/brennan-williams-mace-jibo-wwv-tubing/>
- Gallennius, G., & Akil, S. A. (2024). Digital Diplomacy: Hololive Indonesia and Virtual Youtuber (Vtuber) as Indonesia's New Public Diplomacy. *Ilomata International Journal of Social Science*, 5(1), 272–287. <https://doi.org/10.61194/ijss.v5i1.1130>
- Hakos Baelz. (n.d.). hololive. <https://hololive.hololivepro.com/en/talents/hakos-baelz/>
- Kizuna AI. (2021, April 12). [Звіт про діяльність Кізуна А.І.] キズナアイの活動に関するご報告. <https://kizunaai.com/news/others/1569/>
- Kochar, V. (2023, August 28). *Seiso Sisters: The Wholesome Side of VTubing*. Dere★Project. <https://dereproject.com/vtuber/seiso-sisters-the-wholesome-side-of-vtubing/>
- Li, Y. (2023). Why does Gen Z watch virtual streaming VTube anime videos with avatars on Twitch? *Online Media and Global Communication*, 2(3), 379–403. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0030>
- Lu, Z., Shen, C., Li, J., Shen, H., & Wigdor, D. J. (2021, May 8–13). More Kawaii than a Real-Person Live Streamer: Understanding How the Otaku Community Engages with and Perceives Virtual YouTubers. In *CHI '21: Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Article 137, pp. 1–14). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445660>
- Most Super Chatted* (2024, September 14). Playboard. <https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-all-channels-in-worldwide-total>
- Nutt, C. (2013, February 24). *Memories of Kenji Eno*. Game Developer. <https://www.gamedeveloper.com/design/memories-of-kenji-eno>

- Nyanners. (2016, May 17). *[NSFW] Nyanners Reads Gelbooru Comments: Part 1* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3QYJh9Rjxps>
- Nyatasha Nyanners. (2024). Virtual YouTuber Wiki. https://virtuallyoutuber.fandom.com/wiki/Nyatasha_Nyanners
- Pashchenko, B., Kyrylova, O., Pavlenko, V., & Blynova, N. (2021). The implementation of a new pop cosmopolitanism concept in the process of mediatization of Japanese mass culture. *Journal of Print and Media Technology Research*, 10(3), 179–192. <https://www.jpmttr.org/index.php/journal/article/view/29>
- Ryall, J. (2023, September 15). *Japan: Man married to fictional character fights for rights*. <https://www.dw.com/en/japan-man-married-to-fictional-character-fights-for-rights/a-66820724>
- Schmieder, R. (2024). Waiting for a face reveal that never comes? How VTubers challenge our understanding of influencer authenticity. *Celebrity Studies*, 15(2), 266–281. <https://doi.org/10.1080/19392397.2024.2341602>
- Stratos_Speedstar. (2024, July 6). *Hololive Dodgers fiasco*. Reddit. https://www.reddit.com/r/Hololive/comments/1dwux5w/hololive_dodgers_fiasco/
- Suan, S. (2021). Performing Virtual YouTubers: Acting Across Borders in the Platform Society. In M. Roth, H. Yoshida & M. Picard (Eds.), *Japan's contemporary media culture between local and global. Content, Practice and Theory* (pp. 187–222). CrossAsia-eBooks. <https://doi.org/10.11588/crossasia.971.c12884>
- Top games tagged vtuber*. (n.d.). itch.io. <https://itch.io/games/tag-vtuber>
- Ukrainian (Language)*. (n.d.). vTubie. <https://vtubie.com/language/ukrainian/>

References

- A.I.Channel. (2016, December 1). *[Privetstvie] Priiatno poznamomitsia! Ia - Kizuna Ai* (「アィ」) [[Greeting] Nice to meet you! I am Kizuna Ai (「アィ」)] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NasyGUeNMTs> [in Russian].
- A.I.Channel. (2024, June 29). *s h e e e p* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EEEmgm61cQjE> [in English].
- AnthonyPadilla. (2021, March 31). *I spent a day with VTUBERS* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=sLh43_4jw60 [in English].
- Colp, T., & Deyo, N. (2020, December 22). *The Vtuber Industry: Corporatization, Labor, and Kawaii*. VICE. <https://www.vice.com/en/article/akdj3z/the-vtuber-industry-corporatization-labor-and-kawaii> [in English].
- D'Anastasio, C. (2021, April 28). *He's a WWE Star and a Vtuber. Those Worlds Aren't So Different*. WIRED. <https://www.wired.com/story/brennan-williams-mace-jibo-wwv-tubing/> [in English].
- Dik, F. (2016). *Chy mriiut androidy pro elektrychnykh ovets?* [Do Androids Dream of Electric Sheep?] (T. Boiko, Trans.). Komubuk [in Ukrainian].
- Gallennius, G., & Akil, S. A. (2024). Digital Diplomacy: Hololive Indonesia and Virtual Youtuber (Vtuber) as Indonesia's New Public Diplomacy. *Ilomata International Journal of Social Science*, 5(1), 272–287. <https://doi.org/10.61194/ijss.v5i1.1130> [in English].
- Hakos Baelz*. (n.d.). hololive. <https://hololive.hololivepro.com/en/talents/hakos-baelz/> [in English].
- Kizuna Ai. (2021, April 12). *Kizunaai no katsudō ni kansuru go hōkoku* [Report on Kizuna Eye Activities]. <https://kizunaai.com/news/others/1569/> [in English].

- Kochar, V. (2023, August 28). *Seiso Sisters: The Wholesome Side of VTubing*. Dere★Project. <https://dereproject.com/vtuber/seiso-sisters-the-wholesome-side-of-vtubing/> [in English].
- Li, Y. (2023). Why does Gen Z watch virtual streaming VTube anime videos with avatars on Twitch? *Online Media and Global Communication*, 2(3), 379–403. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0030> [in English].
- Lu, Z., Shen, C., Li, J., Shen, H., & Wigdor, D. J. (2021, May 8–13). More Kawaii than a Real-Person Live Streamer: Understanding How the Otaku Community Engages with and Perceives Virtual YouTubers. In *CHI '21: Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Article 137, pp. 1–14). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445660> [in English].
- Most Super Chatted*. (2024, September 14). Playboard. <https://playboard.co/en/youtuber-ranking/most-superchatted-all-channels-in-worldwide-total> [in English].
- Nutt, C. (2013, February 24). *Memories of Kenji Eno*. Game Developer. <https://www.gamedeveloper.com/design/memories-of-kenji-eno> [in English].
- Nyanners. (2016, May 17). *[NSFW] Nyanners Reads Gelbooru Comments: Part 1* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3QYJh9Rjxps> [in English].
- Nyatasha Nyanners*. (2024). Virtual YouTuber Wiki. https://virtuallyoutuber.fandom.com/wiki/Nyatasha_Nyanners [in English].
- Pashchenko, B., Kyrylova, O., Pavlenko, V., & Blynova, N. (2021). The implementation of a new pop cosmopolitanism concept in the process of mediatization of Japanese mass culture. *Journal of Print and Media Technology Research*, 10(3), 179–192. <https://www.jpmt.rg/index.php/journal/article/view/29> [in English].
- Ryall, J. (2023, September 15). *Japan: Man married to fictional character fights for rights*. <https://www.dw.com/en/japan-man-married-to-fictional-character-fights-for-rights/a-66820724> [in English].
- Schmieder, R. (2024). Waiting for a face reveal that never comes? How VTubers challenge our understanding of influencer authenticity. *Celebrity Studies*, 15(2), 266–281. <https://doi.org/10.1080/19392397.2024.2341602> [in English].
- Stratos_Speedstar. (2024, July 6). *Hololive Dodgers fiasco*. *Reddit*. https://www.reddit.com/r/Hololive/comments/1dwux5w/hololive_dodgers_fiasco/ [in English].
- Suan, S. (2021). Performing Virtual YouTubers: Acting Across Borders in the Platform Society. In M. Roth, H. Yoshida, & M. Picard (Eds.), *Japan's contemporary media culture between local and global. Content, Practice and Theory* (pp. 187–222). CrossAsia-eBooks. <https://doi.org/10.11588/crossasia.971.c12884> [in English].
- Top games tagged vtuber*. (n.d.). itch.io. <https://itch.io/games/tag-vtuber> [in English].
- Ukrainian (Language)*. (n.d.). vTubie. <https://vtubie.com/language/ukrainian/> [in English].

VTUBERS AS A PHENOMENON OF MODERN MEDIA CULTURE

Yevhen Maliuk^{1a}, Denys Vitkovskiy^{2a}

¹PhD in Cultural Studies, Associate Professor,

ORCID ID: 0000-0002-6671-129X

e-mail: y.maliuk@kubg.edu.ua

²Senior Lecturer,

ORCID ID: 0009-0001-7378-4489

e-mail: d.vitkovskiy@kubg.edu.ua

^aBorys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,

Kyiv, Ukraine

The aim of the article is to systematise available information on functioning of VTubers as a modern media culture phenomenon. *Results.* The specifics of VTubers' activity in modern media culture is studied. The importance of parasocial relations as a factor of VTubers' popularity is emphasised. The influence of VTubers as influencers, including political issues, is characterised. It is revealed that the main sources of the VTubers' aesthetics are the culture of idols and the Internet culture of anonymous image boards. The features of local VTubing on the example of Ukrainian material are outlined. *The scientific novelty* grounds on the fact that the term "VTuber" is clarified in Ukrainian scientific discourse; for the first time, in scientific literature, the specifics of Ukrainian-language VTubing is researched, as well as attention is paid to the mentioned phenomenon from the point of view of media culture. *Conclusions.* The main characteristics of VTubers, which they acquire due to technological resources, are anonymity and transmediality. Anonymity makes it possible to work with different identities, to create parasocial relationships with the audience. Transmediality allows VTubers to function in the media space outside of ordinary streaming, which potentially can turn them into important influencers if they gain global popularity. Independent VTubers do not differ much from streamers, while the specificity of corporate VTubers is peculiar according to the variety of content and the exploitation of Japanese idol culture. Ukrainian VTubing is formed from independent VTubers; the third part of the found Ukrainian VTubers singled out LGBTQ+ as a tag that can indicate their identity. The necessity in further researching the content of Ukrainian VTubers in order to study their specificity is emphasised.

Keywords: streaming; transmediality; audiovisual production; Hololive, Kizuna Ai; digital avatar; VTubing; media culture



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318731

УДК 004:378.4(477.411)КНУКіМ

ЦИФРОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ ОСВІТНЬОЇ ЕКОСИСТЕМИ УКРАЇНИ СЕРЕД МИСТЕЦЬКИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Михайло Поплавський^{1а}, Валентина Мамедова^{2а}

¹Доктор педагогічних наук, професор,

ORCID ID: 0000-0002-8234-8064

e-mail: pommm20180326@gmail.com

²Заступник директора наукової бібліотеки,

e-mail: valentain1701@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-7137-0146

^аКиївський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

Для цитування:

Поплавський, М., & Мамедова, В. (2024). Цифровий університет Київського національного університету культури і мистецтв як складова цифрової освітньої екосистеми України серед мистецьких закладів вищої освіти. *Питання культурології*, 44, 120–132. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318731>

Мета статті — проаналізувати концептуальні засади створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких закладів вищої освіти, а також надати огляд кейсу реалізації «цифрового університету» Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКіМ) у процесі адаптації до нових умов викладання та навчання. *Результати дослідження*. Визначено сутність цифрової освітньої екосистеми як сукупність педагогічних, організаційних і технологічних елементів. Зазначено, що в парадигмі культурологічної і мистецької освіти цифровізація КНУКіМ надала унікальні можливості для розширення культурних і творчих практик, створення інноваційних навчальних форматів, удосконалення доступності освіти. *Наукова новизна* полягає в систематизації аспектів функціонування «цифрових університетів» українських ЗВО, зокрема КНУКіМ, як передумов створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких закладів освіти. *Висновки*. Одним із ключових векторів розвитку сучасної вищої освіти в Україні стала перспектива формування цифрових освітніх екосистем, які поєднують цифрові технології та платформи із забезпеченням високих стандартів освітнього процесу. У межах цього напрямку в Україні було запроваджено низку трансформаційних заходів: упровадження дистанційного навчання, активне використання онлайн-технологій і цифрових ресурсів,

© Поплавський М., 2024

© Мамедова В., 2024

Стаття надійшла до редакції: 22.09.2024

інтеграція з міжнародними освітніми платформами, застосування інноваційних методів навчання, розвиток цифрових компетентностей серед викладачів і студентів, а також підтримка ініціатив і стартапів, спрямованих на функціонування цифрових університетів. Зазначені інновації були реалізовані в провідних університетах країни, зокрема в Київському національному університеті культури і мистецтв, досвід якого може послугувати основою для створення цифрової освітньої екосистеми у сфері мистецької освіти в Україні.

■ **Ключові слова:** цифрова освітня екосистема; цифровізація мистецької освіти; цифровий університет; мистецька освіта; вища освіта; Київський національний університет культури і мистецтв

■ Вступ

Цифровізація освіти стала одним із ключових трендів у XXI ст., що суттєво змінило традиційні парадигми навчання. В умовах нинішнього етапу цифрової трансформації, конкуренції серед світових освітніх лідерів та відкритої онлайн-освіти вітчизняні університети опинилися перед необхідністю створення цифрової освітньої екосистеми України.

У жовтні 2023 р. в Україні був представлений проєкт «Цифровий університет — відкрита українська ініціатива» (DigiUni), який реалізується в межах програми Erasmus+ та спрямований на підтримку вищої освіти в країні за умов воєнного стану та для післявоєнної відбудови. Ректор КНУ ім. Т. Шевченка В. Бугров зазначив: «Метою проєкту є вплив на хаотичні процеси цифрової трансформації в освіті, щоб організувати їх та, зрештою, виробити цифрову освітню екосистему України, яка стане основою безперервної, високоякісної, інклюзивної, прозорої освіти незалежно від місця перебування учасників цього процесу» (Луканська, 2023). Це починання спрямоване на розв'язання значущих завдань, які виникли в Україні через війну та міграцію, за допомогою наявних цифрових інновацій в освіті та створення моделі для залучення надсучасних у майбутньому.

Нині кардинально змінилися форми та моделі навчання студентів, роль професорсько-викладацького складу, система управління ЗВО, що обумовило потребу в об'єднанні зусиль для переформатування мистецької освіти в нові реалії цифрових технологій. Ідеться не тільки про створення нового цифрового продукту, а й про налагодження тісної взаємодії та обміну напрацюваннями між українськими університетами, що надзвичайно важливо для розвитку вищої мистецької освіти в Україні в умовах війни, обмежених ресурсів та постійних змін. Отже, вважаю актуальним питання створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких закладів вищої освіти України, із залученням досвіду Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКіМ).

■ Аналіз попередніх досліджень

Теоретична і практична поліаспектність наукових розвідок стосовно цифрової трансформації в освіті простежується серед значної кількості досліджень у науковому світі зарубіжжя, серед яких: А. Мартін (Martin, 2006), Р. Бурніске (Burniske, 2007), М. Петер і П. Яндрік (Peters & Jandric, 2018), Пекка Мертала (Mertala, 2019), Б. Вільямсон, Р. Ейнон і Дж. Поттер (Williamson et al., 2020) та ін.

У плані українських досягнень з цього напрямку досліджень варто відзначити: І. Зубавіну (2018), І. Кучерак (2020); О. Локшина, О. Глушко, А. Джурило, Н. Нікольська, М. Тименко, О. Шпарик (2020).

Проблеми цифровізації освіти та цифрової компетентності досліджували такі науковці, як О. Базелюк (2021), І. Воротникова (2017), О. Овчарук (2020), І. Регейло (Reheilo, 2018), О. Спірін (2021), А. Яцишин (2018) та ін. Важливим є те, що протягом останніх п'яти років увага дослідників поступово зміщується з технологічно-орієнтованих питань на людину як центральний складник цифрових трансформацій. Українські науковці, зокрема, зосереджуються на інтеграції України в глобальні процеси цифровізації.

Питання доступності та цифрової залученості, які спрямовані на суспільне благо, добре висвітлені в монографіях «Цифровий університет: Діалог і маніфест» (Peters & Jandrić, 2018) та «Концептуалізація цифрового університету: Перетин політики, педагогіки та практики». У цих працях автори виділяють чотири ключові компоненти матриці цифрового університету: освітнє середовище (інтеграція цифрового та фізичного просторів); цифрова участь та інформаційна грамотність (основа особистісного й професійного розвитку); освітня програма; розроблення курсів, зокрема з цифрової аналітики. (Johnston et al., 2018).

У своєму дослідженні колектив авторів (С. Ілляшенко, Ю. Шипуліна, Н. Ілляшенко) аналізують цифрову трансформацію закладів вищої освіти (ЗВО) в умовах війни. Під час воєнних дій освітній процес зіткнувся з проблемою тимчасово переміщених осіб, які хотіли б продовжувати навчання в своєму ЗВО. У цьому контексті цифрова трансформація набуває ще більшої значущості для освітніх закладів України, тож, крім навчальних закладів, використання цифрових технологій під час війни варто розширити на всю сферу, де є можливість перепідготовки персоналу (Ілляшенко та ін., 2022).

О. Барна та О. Кузьмінська (2020) визначили основні критерії для оцінки готовності закладів вищої освіти до цифрової трансформації. До них належать: зрілість цифрової архітектури, ефективність процесного управління, цифрова компетентність персоналу та рівень фінансування цифрових перетворень. Крім того, науковці розробили інструменти для здійснення такої оцінки. Вони дійшли висновку, що цифрова трансформація освітнього закладу потребує системного підходу, який передбачає розроблення освітньої політики, залучення експертів з галузі ІТ, системних аналітиків і педагогічних дизайнерів.

Ю. Горбань, О. Олійник, Н. Кобижча (2024) представили модель організації освітнього процесу в закладах вищої освіти, яка базується на впровадженні педагогічних інновацій в умовах цифровізації, з урахуванням інформаційних потоків, цифрових технологій та факторів, що впливають на ефективність навчання.

Проблемам та перевагам дистанційного навчання в мистецьких закладах вищої освіти присвятила своє дослідження С. Ржечицька (2022). На прикладі закладів вищої освіти, зокрема Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, дослідниця обґрунтувала ефективність запровадження дистанційної форми навчання в освітній сфері, проаналізувала переваги й недоліки дистанційної освіти, висвітлила особливості організації онлайн-навчання в мистецьких

зкладах вищої освіти, наголосила на ключових факторах, дотримання яких забезпечує високий професійний рівень процесу навчання студентів.

Українські науковці Ю. Тесля та Г. Заспа (2020) розробили концентричну інформаційну технологію для цифрової трансформації закладів вищої освіти. На думку вчених, сучасні умови вимагають нових підходів, заснованих на цифровізації освітніх процесів. У ході дослідження автори виділили основну проблему — створення єдиної системи для побудови цифрових університетів. Як рішення, вони запропонували впроваджувати цифрову трансформацію ЗВО шляхом використання концентричної інформаційної технології, яка об'єднує всі інформаційні бази, методи й інструменти для розв'язання функціональних завдань в єдиному цифровому просторі, «для максимального забезпечення інформаційних потреб закладів вищої освіти» (Тесля & Заспа, 2020).

■ Мета статті

Попри значну кількість досліджень, присвячених проблемам цифрового університету та перспективам запровадження цих концепцій в освітню практику, питання застосування цифрових екосистем у сучасній системі освіти залишаються недостатньо опрацьованими і не до кінця концептуалізованими.

Саме тому метою цього дослідження є аналіз концептуальних засад створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких закладів вищої освіти (на основі досвіду «цифрового університету» КНУКіМ), а також виокремлення параметрів, що орієнтовані на культурні, освітні й цифрові комунікаційні потреби студентів, викладачів та співробітників ЗВО.

■ Результати дослідження

Сьогодні використання цифрових технологій в освіті є одним із ключових і сталих тенденцій у розвитку глобального освітнього процесу. Вони сприяють активізації навчального процесу, роблячи його гнучким, індивідуалізованим та адаптованим до сучасних умов. Нинішні цифрові університети забезпечили безперервність освіти навіть у непередбачуваних умовах, зокрема пандемій і військових дій.

Поділяю погляди, висловлені М. Пітерсом та П. Яндрічем (Peters & Jandrić, 2018), які закликають сприймати сучасний цифровий університет як філософію, що виникла в епоху цифрового розуму і фокусується на синтезі цифрового навчання, культури праці та знань, цифрового читання, цифрової онтології, цифрової антропології, радикальної відкритості, творчої праці та спільного виробництва символічних продуктів. Дослідники вважають, що завдяки такому підходу можна побудувати сильну цифрову культуру як конкурентну перевагу для державних і бізнес-університетів, ключовим фактором успіху якої є цифрова трансформація. Однак, як свого часу стверджував Бертон Кларк (Clark, 1998), належну увагу слід приділяти конститутивному та стратегічному ядру, розширеній периферії розвитку, диверсифікованій фінансовій базі, академічній основі та інтегрованій підприємницькій культурі, які допоможуть університету не лише стати більш інноваційним, але й узгоджуватимуть його прогрес із традиційними академічними цінностями.

Сучасна освіта зазнає значних змін завдяки науково-технічному прогресу, розвитку інтернет-технологій, штучному інтелекту та автоматизації багатьох процесів. Одним із найперспективніших напрямів трансформації є створення цифрових освітніх екосистем, які інтегрують у себе різні технології і платформи для забезпечення високої якості освіти в умовах глобальної цифровізації світу.

Чітке визначення понять «цифрова екосистема», «освітня екосистема» на сьогодні відсутнє, що пояснюється повільною концептуалізацією цих підходів. Основними характеристиками освітніх екосистем можна вважати такі: універсальність, співтворчість і цілеспрямованість (Слюсаренко & Кохановська, 2021).

Термін «екосистема» з'явився у сфері біології в середині ХХ ст. Під ним розуміли спільноту незалежних організмів, які здатні гармонійно співіснувати впродовж усього життя. З подальшим розвитком суспільства термін набув більш широкого значення. З'явилися бізнес-екосистеми, медичні екосистеми й ін. (Слюсаренко & Кохановська, 2021). Екосистеми в освіті почали обговорюватися на початку ХХІ ст. Нині це питання значно актуалізувалося.

Попередньо можна зазначити, що цифрова освітня екосистема — це сукупність педагогічних, організаційних і технологічних елементів, які сприяють безперервному й інтерактивному процесу навчання за допомогою цифрового інструментарію. Вона включає в себе онлайн-навчання, платформи для дистанційного навчання, засоби для аналізу даних про навчання, а також інтерфейси для взаємодії між студентами, викладачами та іншими учасниками навчального процесу.

Можна констатувати, що основою цифрової освітньої екосистеми в Україні стали такі напрями:

Дистанційне навчання: багато українських університетів активно розвивають напрям дистанційного навчання, що стало особливо актуальним під час пандемії COVID-19 та в умовах повномасштабної російсько-української війни. Університети впровадили онлайн-курси, відеолекції та віртуальні лабораторії, щоб забезпечити студентам доступ до навчання незалежно від місця перебування.

Онлайн-платформи та ресурси: українські університети використовують онлайн-платформи для навчання, зокрема системи для управління курсами (LMS, Moodle), завдяки чому студенти можуть вивчати курс, виконувати завдання й мати зворотний зв'язок з викладачем, а також доступ до значної кількості онлайн-ресурсів та електронних бібліотек.

Інтеграція з міжнародними онлайн-платформами: деякі університети співпрацюють із міжнародними освітніми платформами, такими як Coursera, edX, UdeMY та ін., що допомагають студентам отримувати міжнародні сертифікати й здобувати знання від провідних університетів світу (Coursera, 2024).

Інновації в освіті: цифрові університети активно впроваджують інноваційні методи навчання, зокрема використання великих даних (Big Data), штучного інтелекту (AI), віртуальної і доповненої реальності (VR/AR) для створення інтерактивних та ефективних освітніх середовищ. Названі технології дає змогу студентам більш глибоко вивчати предмети, використовувати симулятори, виконувати практичні завдання.

Цифрові компетенції: оскільки цифрові технології стають невід'ємною частиною професійного середовища, українські університети також приділяють велику увагу розвитку цифрових компетенцій студентів та викладачів (курси з програмування, кібербезпеки, цифрового маркетингу, аналізу даних і т. ін.).

Підтримка ініціатив і стартапів: цифрові університети стали осередками для розвитку стартапів і технологічних ініціатив; вони створили хаби для підтримки студентських та молодіжних проектів у сфері ІТ, медіатехнологій, інженерії тощо.

Отже, створювана цифрова освітня екосистема в Україні допомагає закладам вищої освіти поєднати ресурси і створювати нові цифрові продукти, забезпечуючи можливість реалізації дистанційного та змішаного навчання.

Мистецька освіта, яка базується на активній комунікації студентів і викладачів, професійно-практичних заняттях, інтерпретаціях і творчому самовираженні, традиційно вважається сферою, що потребує фізичної присутності й безпосередньої взаємодії студентів з майстром і творчим середовищем. Проте сучасний цифровий інструментарій відкриває нові можливості для розвитку мистецької освіти, сприяючи поєднанню традиційних методів з інноваційними підходами.

Для мистецьких закладів вищої освіти, таких як Київський національний університет культури і мистецтв, цифрові технології відкрили нові перспективи для розвитку творчих компетенцій, синтезу та інтеграції різних видів мистецтва, підготовки студентів до майбутньої професії в умовах сучасного інформаційного суспільства. Як провідний мистецький заклад України КНУКіМ служить прикладом реалізації концепції цифрової освітньої екосистеми закладів вищої освіти мистецького спрямування.

У цьому контексті цифровий університет КНУКіМ, реалізований за такими компонентами: цифрові освітні платформи (LMS, Moodle, системи відеоконференцій Zoom), диджиталізація професійно-творчого навчання, зокрема, високотехнологічний знімальний павільйон-лабораторія SPACE-STUDIO «ПоплавОК», лабораторія VR-освіти з доповненою реальністю, факультет дистанційної освіти, 3D-лабораторії, електронна бібліотека, мережа комунікації між навчальними підрозділами університету, комунікаційна інтеграція із глобальними освітніми ресурсами світу з використанням штучного інтелекту.

Навіть в умовах пандемії та повномасштабної російсько-української війни університет залишається флагманом із впровадження інновацій у навчальний процес. Було запроваджено адаптивні заходи, зокрема: створено гнучкі навчальні програми, що мають теоретичні та практичні блоки; електронні портфоліо для демонстрації та оцінювання студентських робіт; організовано онлайн майстер-класи із залученням експертів галузі; використовуються віртуальні простори для колективних репетицій, а також реалізовані групові проекти через спеціалізовані платформи для співпраці (Бондар, 2024).

У парадигмі культурологічної і мистецької освіти цифровізація КНУКіМ надала унікальні можливості для розширення культурних і творчих практик, створення інноваційних навчальних форматів та вдосконалила доступність освіти.

Проте специфіка мистецьких дисциплін спричинила низку викликів, пов'язаних з інтеграцією цифрових технологій у творчий процес. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне визначитись із перспективами створення цифрової освітньої екосистеми вищої мистецької освіти:

Дистанційне навчання та міжнародна співпраця: платформи для онлайн-освіти, такі як Zoom, Microsoft Teams, а також спеціалізовані мистецькі інструменти сприяють організації майстер-класів, лекцій та воркшопів з участю провідних митців світу, а відтак — розвитку партнерства з іншими закладами вищої освіти та установами для обміну ресурсами й спільної організації навчальних програм.

Розширення інструментарію для творчості: цифрові технології та обладнання, такі як універсальна цифрова кінокамера, синтезатори, цифрові звукові робочі станції та програмне забезпечення для редагування, програмного 3D-модельювання й віртуальної реальності, відкривають нові горизонти для творчої діяльності, що допомагає студентам експериментувати із зображенням, формами, звуком і техніками, недоступними в традиційному форматі.

Інтеграція штучного інтелекту (ШІ): використання ШІ у створенні мистецьких творів (наприклад, генеративний дизайн, кіно, фото зйомка, звукорежисюра) породжує нові методи для експериментів і творчих пошуків. Крім того, алгоритми аналізу дає змогу оцінювати роботу студентів з урахуванням складності композиції, звуку, кольорової гами тощо.

Цифрові архіви та ресурси: віртуальні музеї, бібліотеки та бази даних значно спрощують доступ до культурної спадщини, відкриваючи для студентів можливість досліджувати світове мистецтво без географічних обмежень.

Процес створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких закладів вищої освіти ставить перед ними певні негативні виклики цифровізації. По-перше, постає питання збереження автентичності творчого процесу. Мистецька освіта зазвичай базується на безпосередній взаємодії викладача і студента. Перенесення цього процесу в цифровий формат може погіршити якість особистої підтримки та впливу майстра. По-друге, в Україні у зв'язку з війною існує проблема технічного обмеження ЗВО. Не всі мистецькі університети, які фінансуються з державного бюджету, мають достатньо можливостей для придбання сучасного обладнання і програмного забезпечення. Тому в студентів може бути лімітований доступ до ресурсів. По-третє, виникають етичні і правові питання. Використання цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту в мистецьких творах, загострюють проблему авторського права, автентичності твору і ролі митця в творчому процесі. По-четверте — це втрата традиційних навичок, тому що залежність від цифрового інструментарію може спричинити зменшення уваги до класичних інструментів, традиційних засобів, які є основою багатьох мистецьких курсів.

Отже, університети, що перебувають на шляху цифрової трансформації, мають забезпечити студентам належні умови для формування індивідуальних освітніх траєкторій, активізувати співпрацю з реалізації мережевих освітніх програм із залученням онлайн-курсів, використовувати цифрові технології для підвищення якості освіти та мотивації студентів усіх форм навчання, а також покращити економічну ефективність освітніх послуг.

Висновки

Нині можна впевнено констатувати, що процес диджиталізації перетворився на базовий імператив сучасного життя, що стало визначальним принципом і чинником розвитку вищої освіти у XXI ст. Про це свідчить зростання уваги світової спільноти до цифрових університетів, що, обумовлено увагою до цифрових освітніх технологій.

Одним із напрямів розвитку сучасної вищої освіти в Україні стала перспектива створення цифрових освітніх екосистем, які б інтегрували в собі різні технології і платформи для забезпечення високої якості освіти. Для цього в Україні були реалізовані певні рішення щодо трансформації освітньої діяльності, серед них: дистанційне навчання; використання онлайн-технологій та ресурсів; інтеграція з міжнародними онлайн-платформами; інноваційні методи навчання; підвищення цифрових компетенцій серед студентів і викладачів; підтримка ініціатив і стартапів стосовно функціонування цифрових університетів та ін. Усі ці інновації були впроваджені в діяльність більшості великих українських ЗВО, зокрема і в Київському національному університеті культури і мистецтв, досвід якого може пригодитися для створення цифрової освітньої екосистеми серед мистецьких ЗВО України.

Цифровізація відкрила перед вищою мистецькою освітою значні перспективи, сприяючи інноваціям і розширенню можливостей для творчості. У цьому контексті «цифровий університет» КНУКіМ реалізовано з такими компонентами: цифрові освітні платформи, диджиталізація професійно-мистецького навчання, факультет дистанційної освіти, 3D-лабораторії, електронна бібліотека, мережа комунікації між навчальними підрозділами університету, комунікаційна інтеграція із глобальними освітніми й культурно-мистецькими ресурсами світу.

Водночас процес цифровізації потребує обережного підходу з погляду збереження традицій, вирішення технологічних і етичних проблем. Баланс між новими технологіями та класичними методами навчання є ключем до успішного розвитку мистецької освіти в умовах цифрової епохи. З огляду на вищезазначені фактори цифрової культури колаборація мистецьких ЗВО є питанням найближчого майбутнього.

Перспективи подальших досліджень передбачають більш детальне вивчення підходів до створення цифрової освітньої екосистеми України як відповіді на виклики сьогодення, здійснення поглибленого аналізу успішних практичних кейсів цифрової трансформації окремих університетів в Україні та інших країн світу на основі порівняння зарубіжного досвіду з українськими ініціативами в цій сфері, зіставлення особливостей цифрового університету державних та приватних університетів в Україні та за кордоном тощо.

Список посилань

- Базелюк, О. (2021). Особливості цифровізації вищої освіти в сучасних умовах. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*, 2(27), 37–43. https://pi.ioid.gov.ua/images/pdf/2021_2/5.pdf
- Барна, О. В., & Кузьмінська, О. Г. (2020, 30 квітня). Визначення готовності закладу вищої освіти до цифрової трансформації. В *Сучасні інформаційні технології*

та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи [Матеріали конференції] (с. 92–94). Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/15374/1/31_Barna_Kuzminska.pdf

- Бондар, І. (2024). Тенденції розвитку дистанційного та онлайн-навчання в Україні в умовах пандемії COVID-19 та воєнних дій (на прикладі КНУКІМ). *Питання культурології*, 43, 78–91. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303034>
- Воротникова, І. П. (2017). Використання інструментів LMS Moodle для забезпечення якісної післядипломної освіти вчителів. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*, 3, 310–319. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2017.3.31019>
- Горбань, Ю., Олійник, О., & Кобижча, Н. (2024). Цифровізація освітнього процесу в контексті реалій інформаційного суспільства. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*, 7(1), 24–37. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.7.1.2024.306996>
- 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>
- Ілляшенко, С. М., Шипуліна, Ю. С., & Ілляшенко, Н. С. (2022, 10 травня). Цифрова трансформація освітньої діяльності закладів вищої освіти України в умовах війни. *В Вища освіта за новими стандартами: виклики у контексті діджиталізації та інтеграції в міжнародний освітній простір* [Матеріали конференції] (с. 7–10). Харківський національний автомобільно-дорожній університет.
- Кучерак, І. В. (2020). Цифровізація та її вплив на освітній простір у контексті формування ключових компетентностей. *Інноваційна педагогіка*, 2(22), 91–94. <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/22-2.20>
- Локшина, О. І., Глушко, О. З., Джурило, А. П., Кравченко, С. М., Нікольська, Н. В., Тименко, М. М., & Шпарик, О. М. (2020). *Відповідь світової спільноти на виклики COVID-19 в освіті (лютий-червень 2020 р.)*. Авторитет. <https://doi.org/10.32405/978-966-97763-0-4-2020-36>
- Луканська, А. (2023, 12 жовтня). «Цифровий університет»: якість навчання та віртуальна академічна мобільність. *Голос України*. <http://www.golos.com.ua/article/374312>
- Овчарук, О. В. (2020). Сучасні підходи до розвитку цифрової компетентності людини та цифрового громадянства в європейських країнах. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 76(2), 1–13. <https://doi.org/10.33407/itlt.v76i2.3526>
- Ржечицька, С. А. (2022). Проблеми та переваги дистанційного навчання в мистецьких закладах вищої освіти. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 3, 100–105. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2022.267003>
- Слюсаренко, Н., & Кохановська, О. (2021). Цифрові екосистеми в освіті. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*, 170-171(14-15), 37–43. <https://visnyk.chnpu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/261/281>
- Спірін, О. М. (2021). Цифровізація освіти, освітнього процесу. В В. Г. Кремень (Ред.), *Енциклопедія освіти* (2-ге вид., с. 1099–1100). Юрінком Інтер.
- Тесля, Ю., & Заспа, Г. (2020). Розробка концентричної інформаційної технології цифрової трансформації закладів вищої освіти. *Управління розвитком складних систем*, 44, 105–115. <https://doi.org/10.32347/2412-9933.2020.44.105-115>

- Яцишин, А. В. (2018). Використання цифрових відкритих систем під час підготовки аспірантів і докторантів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 1, 18–24. <http://otr.ioid.gov.ua/images/pdf/2018/1/05.pdf>
- Burniske, R. W. (2007). *Literacy in the Digital Age* (2nd ed.). Corwin.
- Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. IUA Press.
- Coursera продовжує безкоштовний доступ для ЗВО України.* (2024, 07 березня). Цифрові сервіси для освіти України. <https://moos4ua.online/news/17>
- 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>
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age: preview of Part 1. In A. Martin & D. Madigan (Eds.), *Digital Literacies for Learning* (pp. 3–25). Facet.
- Mertala, P. (2019). Paradoxes of participation in the digitalization of education: a narrative account. *Learning, Media and Technology*, 45(2), 179–192. <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1696362>
- Peters, M., & Jandrić, P. (2018). *The Digital University. A Dialogue and Manifesto*. Peter Lang.
- Reheilo, I. (2018). The system of universities' academic staff values: methodological aspect. *Education: Modern Discourses*, 1, 89–105. <https://doi.org/10.32405/2617-3107-2018-1-9>
- Williamson, B., Eynon, R., & Potter, J. (2020). Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency. *Learning, Media and Technology*, 45(2), 107–114. <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1761641>

References

- Barna, O. V., & Kuzminska, O. H. (2020, April 30). Vyznachennia hotovnosti zakladu vyshchoi osvity do tsyfrovoi transformatsii [Determining the readiness of a higher education institution for digital transformation]. In *Suchasni informatsiini tekhnologii ta innovatsiini metodyky navchannia: dosvid, tendentsii, perspektyvy* [Modern information technologies and innovative teaching methods: experience, trends, prospects] [Conference proceedings] (pp. 92–94). Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/15374/1/31_Barna_Kuzminska.pdf [in Ukrainian].
- Bazeliuk, O. (2021). Osoblyvosti tsyfrovizatsii vyshchoi osvity v suchasnykh umovakh [Features of higher education digitalisation in the current context]. *Pedagogical innovation: ideas, realities, perspectives*, 2(27), 37–43. https://pi.ioid.gov.ua/images/pdf/2021_2/5.pdf [in Ukrainian].
- Bondar, I. (2024). Tendentsii rozvytku dystantsiinoho ta onlain-navchannia v Ukraini v umovakh pandemii COVID-19 ta voiennykh dii (na prykladi KNUKiM) [Development Trends of Remote and Online Education in Ukraine in the Conditions of the Covid-19 Pandemic and Military Actions (on the Example of Knukim)]. *Issues in Cultural Studies*, 43, 78–91. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303034> [in Ukrainian].
- Burniske, R. W. (2007). *Literacy in the Digital Age* (2nd ed.). Corwin [in English].

- Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. IUA Press [in English].
- Coursera prodovzhuie bezkoshtovnyi dostup dlia ZVO Ukrainy* [Coursera Extends Free Access for Ukrainian Institutions]. (2024, March 07). Digital Services for Education in Ukraine. <https://mooc4ua.online/news/17> [in Ukrainian].
- Horban, Yu., Oliinyk, O., & Kobyzhcha, N. (2024). Tsyfrovizatsiia osvithnoho protsesu v konteksti realii informatsiinoho suspilstva [Digitalisation of Educational Process in the Context of Information Society Realities]. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*, 7(1), 24–37. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.7.1.2024.306996> [in Ukrainian].
- Illiashenko, S. M., Shypulina, Yu. S., & Illiashenko, N. S. (2022, May 10). Tsyfrova transformatsiia osvithnoi diialnosti zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh viiny [Digital transformation of educational activities of higher education institutions of Ukraine in the conditions of war]. In *Vyshcha osvita za novymi standartamy: vyklyky u konteksti didzhytalizatsii ta intehratsii v mizhnarodnyi osvithni prostir* [Higher education according to new standards: challenges in the context of digitalization and integration into the international educational space] [Conference proceedings] (pp. 7–10). Kharkiv National Automobile and Highway University [in Ukrainian].
- 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].
- Kucherak, I. V. (2020). Tsyfrovizatsiia ta yii vplyv na osvithni prostir u konteksti formuvannia kliuchovykh kompetentnosti [Digitalization and its impact on the educational space in the context of the formation of key competencies]. *Innovative Pedagogy*, 2(22), 91–94. <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/22-2.20> [in Ukrainian].
- Lokshyna, O. I., Hlushko, O. Z., Dzhurylo, A. P., Kravchenko, S. M., Nikolska, N. V., Tymenko, M. M., & Shparyk, O. M. (2020). Vidpovid svitovoi spilnoty na vyklyky COVID-19 v osviti (liutyi-cherven 2020 r.) [The global community's response to the challenges of COVID-19 in education (February-June 2020)]. *Authoritet*. <https://doi.org/10.32405/978-966-97763-0-4-2020-36> [in Ukrainian].
- Lukanska, A. (2023, October 12). "Tsyfrovyi universytet": yakist navchannia ta virtualna akademichna mobilnist ["Digital University": quality of education and virtual academic mobility]. *Holos Ukrainy*. <http://www.golos.com.ua/article/374312> [in Ukrainian].
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age: preview of Part 1. In A. Martin & D. Madigan. (Eds.), *Digital Literacies for Learning* (pp. 3–25). Facet [in English].
- Mertala, P. (2019). Paradoxes of participation in the digitalization of education: a narrative account. *Learning, Media and Technology*, 45(2), 179–192. <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1696362> [in English].
- Ovcharuk, O. V. (2020). Suchasni pidkhody do rozvytku tsyfrovoy kompetentnosti liudyny ta tsyfrovoho hromadianstva v yevropeiskykh krainakh [Current approaches to the development of digital competence of human and digital citizenship in european countries]. *Information Technologies and Learning Tools*, 76(2), 1–13. <https://doi.org/10.33407/itlt.v76i2.3526> [in Ukrainian].
- Peters, M., & Jandrić, P. (2018). *The Digital University. A Dialogue and Manifesto*. Peter Lang [in English].

- Reheilo, I. (2018). The system of universities' academic staff values: methodological aspect. *Education: Modern Discourses*, 1, 89–105. <https://doi.org/10.32405/2617-3107-2018-1-9> [in English].
- Rzhechyt'ska, S. A. (2022). Problemy ta perevahy dystantsiinoho navchannia v mystetskykh zakladakh vyshchoi osvity [Challenges and advantages of distance learning in art institutions of tertiary education]. *Library Science. Record. Studies. Informology*, 3, 100–105. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2022.267003> [in Ukrainian].
- Sliusarenko, N., & Kokhanovska, O. (2021). Tsyfrovi ekosystemy v osviti [Digital ecosystems in education]. *Bulletin of the T. H. Shevchenko National University "Chernihiv Colehium"*, 170-171(14-15), 37–43. <https://visnyk.chnpu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/261/281> [in Ukrainian].
- Spirin, O. M. (2021). Tsyfrovizatsiia osvity, osvitnoho protsesu [Digitalization of education, educational process]. In V. H. Kremen (Ed.), *Entsyklopediia osvity* [Encyclopedia of Education] (2nd ed., pp. 1099–1100). Yurinkom Inter [in Ukrainian].
- Teslia, Yu., & Zaspas, H. (2020). Rozrobka kontsentrychnoi informatsiinoi tekhnolohii tsyfrovi transformatsii zakladiv vyshchoi osvity [Development of concentric information technology of digital transformation of higher education institutions]. *Management of Development of Complex Systems*, 44, 105–115. <https://doi.org/10.32347/2412-9933.2020.44.105-115> [in Ukrainian].
- Vorotnykova, I. P. (2017). Vykorystannia instrumentiv LMS Moodle dlia zabezpechennia yakisnoi pisladyplomnoi osvity vchyteliv [LMS Moodle tools inventory implementation to assure quality in-service teacher training]. *Open educational E-environment of modern university*, 3, 310–319. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2017.3.31019> [in Ukrainian].
- Williamson, B., Eynon, R., & Potter, J. (2020). Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency. *Learning, Media and Technology*, 45(2), 107–114. <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1761641> [in English].
- Yatsyshyn, A. V. (2018). Vykorystannia tsyfrovyykh vidkrytykh system pid chas pidhotovky aspirantiv i doktorantiv [Use of open digital systems in training of postgraduate and doctoral students]. *Education and development of gifted personality*, 1, 18–24. <http://otr.iod.gov.ua/images/pdf/2018/1/05.pdf> [in Ukrainian].
- 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].

DIGITAL UNIVERSITY OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS AS A COMPONENT OF UKRAINIAN DIGITAL EDUCATIONAL ECOSYSTEM AMONG ART INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

Mykhailo Poplavskyy^{1a}, Valentyna Mamedova^{2a}

¹DSc in Education, Professor,

ORCID ID: 0000-0002-8234-8064

e-mail: pomm20180326@gmail.com

²Deputy Director of the Scientific Library,

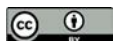
e-mail: valentain1701@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-7137-0146

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

The aim of the article is to analyse conceptual principles of creating a digital educational ecosystem among art institutions of higher education, as well as to provide a case overview of implementing “digital university” of Kyiv National University of Culture and Arts (KNUCA) in the process of adapting to new conditions of teaching and studying. *Results.* The nature of digital educational ecosystem is determined as a set of pedagogical, organisational and technological elements. It is mentioned that in the paradigm of culturological and artistic education, KNUCA digitisation provides unique opportunities for expanding cultural and creative practices, creating innovative educational formats, improving the accessibility of education. *The scientific novelty* grounds on systematising the aspects of functioning of “digital universities” of Ukrainian higher educational establishments, in particular KNUCA, as prerequisites for creating a digital educational ecosystem among art educational institutions. *Conclusions.* One of the key vectors for the development of modern higher education in Ukraine has become the perspective of forming digital educational ecosystems that combine digital technologies and platforms in ensuring high standards of the educational process. Within the framework of this direction, a number of transformational propositions have been introduced in Ukraine, such as the following: implementing of distance studying, active use of online technologies and digital resources, integration with international educational platforms, use of innovative teaching methods, development of digital competencies among lecturers and students, as well as support for initiatives and startups aimed at functioning of digital universities. The noted innovations were implemented in leading universities of the country, in particular in Kyiv National University of Culture and Arts. Its experience can serve as a basis for creating a digital educational ecosystem in the art education sphere of Ukraine.

Keywords: digital educational ecosystem; digitisation of art education; digital university; art education; higher education; Kyiv National University of Culture and Arts



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318732

УДК 7.097-021.121:379.823(100)]-044.332:654.197(477)

РЕАЛІТИ-ШОУ ТА КУЛЬТУРНЕ ВИРОБНИЦТВО: НАЦІОНАЛЬНА АДАПТАЦІЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО ФОРМАТУ

Григорій Решетнік

Старший викладач,

Київський національний університет

культури і мистецтва,

Київ, Україна

ORCID: 0009-0002-9547-5828,

e-mail: grishareshetnik@gmail.com

Для цитування:

Решетнік, Г. (2024). Реаліті-шоу та культурне виробництво: національна адаптація транснаціонального формату. *Питання культурології*, 44, 133–144. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318732>

Мета статті — з'ясування специфіки національної адаптації реаліті-шоу як транснаціонального телевізійного формату та вагомого чинника трансформації, як умов та практики телевиробництва, як символічних форм та соціокультурних уявлень на локально-національному рівні. *Результати дослідження*. Застосування методології культурного виробництва уможливило розгляд реаліті-шоу не тільки як аудіовізуальної жанроформи, а і як транснаціонального телевізійного розважального формату й символічної форми, що використовується адептами неоліберальної економіки для зміни культурного ландшафту країн та національної аксіосистеми. Доведено, що реаліті-шоу, навіть з урахуванням національної адаптації, реартикулюють місцеві культурні атрибути в межах чітко продиктованих норм і логіки символічно-культурного виробництва в транснаціональному телевізійному сценарії. *Наукова новизна* дослідження полягає в тому, що в статті вперше на прикладі Індії та України розглянуто реаліті-шоу як показник транснаціонального культурного капіталу та чинник трансформації умов і практики телевиробництва, що на національному рівні переорієнтовує соціокультурні уявлення глядачів. *Висновки*. Спроба поглянути на реаліті-шоу саме під таким кутом зору окреслює потенціал культуральних студій, що позначають точку відходу від популярних студій про реаліті-шоу та його соціальні наслідки, актуалізуючи методологію культурного виробництва та зосереджуючись здебільшого на виробничих практиках. Попри критичні оцінки, які пов'язують ідеологічне підґрунтя реаліті-шоу з неоліберальною соціальною ідеєю та допомагають концептуалізувати її як символічну форму дослідження, сам формат рідко виходить за межі текстової площини у виробничі контексти і практики. Це ще одна важлива прогалина, яка обмежує розуміння реаліті-шоу як «культурної технології», що розвиває підприємницьку культуру до рівня абстрактної сили, яка формує індивідуальні суб'єктності та може бути (критично) інтерпретована.

Ключові слова: реаліті-шоу; культурне виробництво; транснаціональні телевізійні формати; неоліберальна політика; національна адаптація; символічна форма

Вступ

Однією з цікавих і малодосліджених проблем на перетині культуральних та аудіовізуальних студій є проблема культурної адаптації всесвітньо поширених телевізійних реаліті-форматів, реконструкція та аналіз ідеї, прагнень і сенсів, які вони транслюють у соціокультурний простір за допомогою розважальних форм. На початку XXI ст. формати реаліті-шоу перетворилися на основу розважального телебачення в багатьох країнах, культурно резонуючи й виходячи за межі телеекранів. Якщо медіаексперти здебільшого звертають увагу на внутрішні механізми та логіку розвитку цієї аудіовізуальної жанроформи, то культурологи сприймають її функціонування в ширшому соціокультурному контексті, зокрема з позиції суспільної моралі: популярність телевізійних реаліті-форматів їх цікавить саме тому, що вона є частиною більш широкого, глобального явища — транснаціонального капіталу, потоку матеріалів та ідей, який трансформує умови та практику телевиробництва, уводить нові символічно-культурні форми (як-от: телевізійні реаліті-формати) й переорієнтовує наші соціально-культурні уявлення.

У рамках політики економічної лібералізації на пострадянському просторі відомі вже на той час національні і транснаціональні медіакомпанії (News Corporation, Viacom, Sony, Turner Broadcasting Company тощо) почали активно інвестувати в телевізійну індустрію колишніх радянських республік, включаючи Україну, зокрема в простір GEC, або «загальних розважальних каналів» (general entertainment channels), створюючи нові «сестринські мережі» як частину вертикально інтегрованих корпорацій чи внутрішні офіси у співпраці з меншими національними компаніями, які потребували капіталу. Присутність транснаціонального капіталу можна було помітити на різних рівнях у структурі телевізійної індустрії (від мовників, продакшн-компаній, власників форматів, рекламних/медіа-агентств до агентств з дослідження телевізійної аудиторії). Але прихід транснаціональних гравців запровадив нові практики в телевізійний бізнес, включаючи нову комерційну логіку та норми, символічні медіа-форми та нові творчі ідеї й цінності, які формують телевізійне виробництво. Власне, на цьому моменті й прагнуть зосередитися культурологи, досліджуючи культурну значимість форматів реаліті-телебачення як транснаціонального медіапродукту та відстежуючи, з одного боку, інтеграцію національного телевізійного простору в глобальну культурну економіку, а з іншого — трансформації національного культурного поля під впливом ідей, відтворених і популяризованих з допомогою таких аудіовізуальних жанроформ, як реаліті-шоу. Ця теоретична проблема поки що не була належно розроблена українськими культурологами та медіаекспертами, що актуалізує пропонувану наукову розвідку.

Аналіз попередніх досліджень

Зосередження уваги дослідників на телевізійному виробництві загалом і на форматі реаліті-шоу зокрема не є ситуативним і рандомним, а більше свідчить про системну увагу до цих феноменів аудіовізуальної культури хоча б через те,

що простір GEC, незважаючи на радикальну реструктуризацію та зменшення прибутків від реклами (Gupta, 2024), продовжує впливати на культурний капітал багатьох країн та пов'язані з ним символічні й ментальні структури. Реаліті-шоу є однією з таких «технологій та культурних форм», що продається в багатьох країнах світу і транслює в локальному вимірі наративи й цінності транснаціональної телекультури (Mikos, 2020). Так, Б. Сен (Sen, 2014) на прикладі відомого реаліті-шоу Big Brother (Bigg Boss) намагається розкрити складні взаємовідносини між силами глобалізації, національними та локальними культурними утвореннями й «диктатом комерційних розваг». Під час аналізу істотних ознак форматного телебачення, вчений доходить висновку, що спосіб його конструювання як економічного й естетичного об'єкта передбачає інтенцію до глобального, притаманну культурному імперіалізму. Реаліті-шоу втілює глобальну форму, а отже, функціонує як свого роду «Bigg Boss», що диктує сучасні способи осмисленої поведінки. М. Кавка та Б. Вебер (Kavka & Weber, 2017) у статті «Вступ: транснаціональні гендерні культури та реаліті-телебачення» зазначають, що реаліті-шоу пояснюють, регулюють і маніпулюють соціальними сценаріями, за якими ми живемо, а транснаціональний підхід до реаліті-телебачення забезпечує багатий контекст для дослідження міжнародної мінливості гендерних культур. Інші автори, намагаючись розібратися у «внутрішній кухні», досліджують транснаціоналізацію на мікрорівні телевиробництва, базуючись на спостереженнях учасників голландської компанії, яка частково належить американському конгломерату, і, як наслідок, розкривають індустріальну логіку форматування, що не тільки детермінована транснаціональними структурами власності та бізнес-моделями, але й глибоко вкорінена у виробничих опціях і програмних конвенціях (van Keulen et al., 2021). Паралельно з цим, науковці фіксують протилежні локалізаційні тенденції в країнах т. зв. «Глобального Півдня». Зокрема, колектив китайських авторів за допомогою текстового аналізу 15 епізодів десятого сезону відомого шоу «Голос Китаю», намагається продемонструвати, як це вокальне змагання служить платформою для демонстрації талантів і потужним інструментом для реконструкції влади медіадискурсу шляхом інтеграції національного іміджу та етнічної культури. Унікальна культурна гібридизація, у рамках якої відбувається синтез іноземних форматів з місцевими елементами, розкриває, на їхню думку, роль форматних телевізійних програм у формуванні національної ідентичності та культурної репрезентації, підкреслюючи, як програми просувають китайську культуру та сприяють почуттю національної гордості серед аудиторії (Zhang et al., 2023).

■ Мета статті

Метою статті є з'ясування специфіки національної адаптації реаліті-шоу як транснаціонального телевізійного формату та вагомого чинника трансформації і умов та практики телевиробництва, і символічних форм та соціокультурних уявлень на локально-національному рівні.

■ Результати дослідження

Становлення реаліті-шоу як феномена культурного виробництва пов'язане з реалізацією неоліберальної моделі капіталізму та поглибленням суперечності

між демократією і ринком, наслідком яких стала залежність соціуму від пропозицій виробників медіаконтенту та його жага до видовищних форм. Саме тому телебачення починає інтенсивніше розширювати видовищну практику й пропонувати глядачам продукцію, у якій розважальність домінує над аналізом, публіцистичністю та інформаційністю. Це не лише популяризує реаліті-шоу як телевізійний формат, а й перетворює його, по суті, на новий напрям візуальної антропології та «засіб формування світосприйняття аудиторії», що займає місце між ігровим кіно, документалістикою та віртуальною реальністю, а також постає своєрідним способом інсценування цієї реальності. У зв'язку з цим Дж. Дові чітко вказує на культурологічний вимір реаліті-шоу, коли називає їх «ідеальною телевізійною формою для сучасного культурного моменту, найважливішим компонентом популярної тканини культури» (Dovey, 2000, p. 78). Водночас Р. Дуброфські (Dubrofsky, 2011) зазначає, що з реаліті-шоу як тележанром, що стрімко розвивається, ми маємо справу зі сконструйованим у процесі телевиробництва нарративом, який у статусі кінцевого продукту отримує під час перегляду. У ньому використані реальні кадри, щоб розповісти вигадану історію.

Дослідження практик телевиробництва фокусується на соціальній логіці, раціональності і стратегіях, які використовуються під час адаптації формату як селективної організації культурного матеріалу. Через це культурна адаптація або відтворення формату трактується більше ніж формально-технічний маневр, а з'ясування того, як формат адаптується до певного культурного ринку, вказує, як транснаціональні потоки капіталу (матеріалів та ідей) об'єднуються в певних точках, змінюючи наші інтерпретаційні рамки, та сприяють появі нових практик, ідей та культурних компетенцій. Аналітично відтворення формату забезпечує з позиції локалізованого досвіду точку доступу до динаміки розпорошених сил, залучених у глобальні потоки капіталу та медіа. «Глобальна» циркуляція реаліті-шоу як аудіовізуальних жанроформ і телевізійних форматів у цьому плані розуміється не як сукупність чи каталог локальних різновидів, а є гомогенізуючим феноменом, що привертає увагу до історично та культурно особливих «точок артикуляції» (Kraidy, 2003, p. 53), тоді як використання терміна «локальний» концептуалізується як набір соціально-історичних і повсякденних практик, що є умовними.

Мета дослідника-культуролога полягає не в скільки тому, щоб поглибити розуміння жанру та формату реаліті-шоу, а швидше з'ясувати, чому ці конкретні символічно-культурні форми стають популярними та ширяться світом і що це означає в контексті імпортування ідей, цінностей і практик в соціокультурну сферу. Хоч тексти і є важливими медіакультурними формами, культуральні студії не покладаються на текстовий аналіз. Не всі тексти (як формати) добре «працюють» на різних культурних ринках, а відповідь на питання, які тексти «працюватимуть» та як змусити шоу «працювати» (тобто виробничі стратегії) у позатекстовому вимірі дає змогу виявити індустріальні імперативи та умовні практики телевізійного культурного виробництва, осмислити продукування текстів з точки зору ідей, цінностей, логіки та жестів, які набувають значення й ваги в окремих сценаріях транснаціональних телевізійних потоків (Решетнік, 2024). Крім того, потрібно розрізняти жанри та формати: якщо «жанри» в широкому розумінні

стосуються текстових особливостей і риторичних чи наративних конвенцій, то терміном «формати» позначають індустріальну практику — конвертування телешоу в певний набір ліцензованих і фірмових ідей, стратегій виробництва та програмування, які адаптуються до місцевих культурних потреб (мови, актори, норми, жести тощо) на різних телевізійних ринках у всьому світі. З огляду на вищезазначене важливо зосередитися на сценаріях і практиках промислового виробництва, на аспектах формату (не жанрових чи текстових аспектах) глобально-локальної культурної значимості реаліті-шоу.

Варто наголосити, що більшість реаліті-шоу (приміром, в Індії чи Україні) є адаптацією «форматів», на відміну від місцевих телевізійних шоу (а ті, які не є ліцензованими форматами, зазвичай «натхненні» імітаціями). Розгляд популярності реаліті-шоу в Індії неминуче означає обговорення популярності формату, що презентує один із зростаючих секторів торгівлі в індустрії транснаціонального телебачення. Але торгівля телевізійними форматами також є напрямом глобалізації телеіндустрії. Припинення суспільного мовлення, приватизація радіомовлення та дерегуляція ринків у руслі проринкової, неоліберальної політики, прийнятої національними державами в усьому світі, призвели до збільшення потоку капіталу (Moran, 1998). Результатом стало зростання структурно інтегрованої транснаціональної телевізійної індустрії. В Індії, наприклад, за винятком однієї місцевої компанії (Zee TV), основні мережі в процвітаючому секторі розважального телебачення на хінді є власністю або спільними підприємствами із глобальними медіаконгломератами (Star є частиною News Corporation; Imagine TV9 частина Turner Broadcasting Company; Colors частина Viacom тощо). В Україні з 2005 р. Національна телекомпанія стала акціонером міжнародного телевізійного каналу «Euronews», а більшість відомих реаліті-шоу є адаптаціями зарубіжних проєктів: «Детектор брехні» — аналог американського проєкту «The Moment of Truth», «Холостяк» є адаптацією американського проєкту «The Bachelor», українська адаптація британського реаліті-шоу «Wife Swap» — «Міняю жінку», «Свекруха чи невістка» — адаптація турецького формату «Rivals-in-Law», українська адаптація формату «Battle of the Sexes» компанії Talpa — «Хто звérху?» та ін. (Козловська & Чорна, 2023, с. 50–51).

Приплив капіталу створив нові телевізійні мережі та забезпечив глибокі прибутки, необхідні для виживання на висококонкурентному телевізійному ринку. Але, окрім структурних узгоджень і корпоративних внесків, зв'язки із транснаціональним капіталом сприяли потоку професійної раціональності, ноу-хау й спільної чуйності, які керують творчим і комерційним вибором глобальних телевізійних виробників. Так, українські телевиробники все частіше звертаються до західних ринків і беруть приклад із програмних сіток на ринках рівня А, таких як США та Західна Європа, а також часто відвідують міжнародні ярмарки, щоб визначити, які шоу показувати в себе в країні. Глобальні медіаконпанії, що спеціалізуються на форматах (Endemol, Fremantle, Celadog тощо), одночасно звернули увагу на величезний індійський телевізійний ринок у пошуках прибутку, налагодили внутрішні операції та почали пропонувати (і дедалі більше виробляти) різноманітні формати і для паніндійської мовної мережі чи мережі хінді, і для менших регіональних мовних мережі.

Формат реаліті-шоу в цій транснаціональній динаміці є особливо логічним вибором. Порівняно з вигаданими форматами, реаліті-шоу настільки необмежені культурно визначеними характеристиками, сюжетними лініями тощо. Проте, як і у випадку з усіма іншими форматами, поширення відомих у всьому світі реаліті-шоу дозволяє виробникам відтворювати «перевірені та протестовані ідеї», які мають гарні рейтинги на одному ринку і, отже, ймовірно будуть успішними на інших. Формати усувають ризики в телевізійному бізнесі та вносять елемент передбачуваності, оскільки мають детальні рейтинги глядачів і дані про доходи від реклами разом з деталями виробництва (камера, звуки, декорації та ін.). У такий спосіб формати забезпечують «гігієну», фільтруючи хаотичні творчі бажання місцевих виробників — очищаючи місцеві культурні жести від (потенційно) руйнівних елементів, які відволікають від надійних «стандартних операційних процедур», дозволяючи при цьому послідовно реагуювати місцеві культурні атрибути в рамках обмежених норм і логіки символічно-культурного виробництва в транснаціональному телевізійному сценарії.

Телевізійні реаліті-шоу, як в Україні, так і деінде, як правило, пропонують драматичні історії про перетворення для готових ризикнути, бути амбітним, конкурувати та (можливо) перемагати. Ця приголомшлива обіцянка реаліті-шоу — наповнити буденне життя глядачів захоплюючими перспективами та емоціями — поставила їх у центр бурхливої індустрії розважального телебачення в нашій країні. Реаліті-шоу — це «дорогі» формати, що «привертають» аудиторію та рекламодавців до мовників; як правило, плануються на вихідні, націлюючись на всю сім'ю, яка зібралася біля телевізора; і перетворилися на необхідний пункт у програмних розкладах у всіх ГЕС. Оскільки реаліті-шоу мобілізують звичайних глядачів (перегляд, голосування, змагання чи кампанії за улюблених учасників), важливо зосередитися на нових уявних образах на телебаченні чи поза ним, які переривають звичайне життя і зумовлюють екстраординарне майбутнє. Разом з тим аналітичний підхід контекстуалізує ідейні заклики, що вбудовані у формати та згодом відтворюються в конкретній країні в термінах ширшого соціального поля телебачення й культурного виробництва.

Контекстуалізуючи виробництво форматів реаліті-шоу, можна виявити більш масштабний соціально-історичний процес у його динаміці: як глобальні (медійні) сили капіталу виходять на нові ринки, просуваючись все ширше й глибше на нові території, і популяризують нові символічно-культурні форми (як-от, реаліті-шоу) і змінюють наші соціально-культурні орієнтації в цьому процесі. Запитуючи про ідеї, які впроваджуються в соціокультурну сферу, дослідники акцентують увагу на тому, як культурний простір реаліті-телебачення виконує важливу соціальну функцію для неоліберальної держави шляхом запровадження проринкових тем (індивідуальних амбіцій, конкуренції, підприємництва, орієнтації на кінцеву мету) в буденне життя країни. Аналіз основоположних ідей та цінностей у форматах реаліті-шоу свідчить про те, як телебачення сприяє занепаду держави/колективного й водночас просуванню ринку/приватного за допомогою ідеї самокерованого, самомотивованого та відповідального індивідуалізованого суб'єкта, яка транслюється й масштабується в популярних реаліті-шоу.

У ході історико-критичного аналізу реаліті-шоу як медіаформи, вона також була зарахована до сфери соціальної інструментальності або того, що Дж. Гей визначає як «технології управління» (Hay, 2010). Походження реаліті-шоу часто пов'язують із шоу під назвою «Candid Camera», яке вперше з'явилося в США у 1948 р (Clissold, 2004). У ньому використані приховані камери, розташовані в громадських місцях, щоб зафіксувати, як звичайні люди реагують на конкретні дії. Спонтанні реакції людей, які не підозрювали, що їх знімають/спостерігають, згодом реконфігурували як комічний контент для телебачення, і опосередковано, на розважальні історії про мораль. Це «видовище реальності» (Jermyn, 2004), яке популяризує шоу, з тих пір було змінено різними способами для створення розважальних програм. Конкретні сценарії дій можуть змінюватися (створення низки гібридних текстів, як-от, вікторина-гра, подорож-пригода, музичне/ танцювальне шоу з пошуком талантів, шоу про зміну стилю життя тощо), але реаліті-шоу загалом опирається на «реальних людей» (неакторів) та «реальні (незаплановані) реакції», щоб створювати розважальні історії з моральним підтекстом.

У дослідженні популярного реаліті-шоу в залі суду під назвою «Суддя Джу-ді» (яке також було відтворено в Індії як «Aap ki Kachehri Kiran ke Saath» на Star Plus, де К. Беді виступає в ролі судді) Л. Уеллетт (Ouellette, 2010) вказує, як вирішуються суперечки (в певних умовах, що імітують судові справи до дрібним позовам у США), шляхом заохочення «відповідального особистого вибору». Жінкам із низьким рівнем доходу, соціально маргіналізованим, котрі, як правило, є основними учасниками шоу в США, пояснюють, приміром, про небезпеку позичання грошей друзям без гарантії або народження дітей поза шлюбом без забезпечення допомоги подружжя з догляду за дитиною тощо. Такі шоу, на думку Л. Уеллетта (Ouellette, 2010), породили справжній культурний резонанс у Сполучених Штатах у розпал неоліберальних дискусій 1990-х рр. про зменшення роль уряду та саморегульовані ринки, а тому вони (тобто реаліті-шоу) транслиують ідею посилення ринкових цінностей в особистому житті, залучаючи глядачів до схем і наративів самоуправління, самомотивації і самодисципліни. Так, автономний та саморегульований індивід тлумачиться як засіб вирішення життєвих проблем, незалежно від соціально-історичних умов нерівності (McMurrin, 2008).

Ця «нав'язлива індивідуальність» (Wood & Skeggs, 2004) вибору та його наслідків відтворюється в реаліті-шоу незалежно від жанрово-текстових відмінностей. Наприклад, реаліті-шоу про стиль життя «напучують» людей до розвитку «кращих смаків» з метою переробити себе, іноді переробляючи тіло буквально за допомогою пластичної хірургії (Franco, 2008), завдяки якій фізична краса/ досконалість виражає емоційне я (як чоловіки/дружини, хлопець/дівчата, члени родини починають «оцінювати» предмет) та ініціює зміни у ставленні та життєвому виборі. З іншого боку, реаліті-шоу про благоустрій сприяють «моральній економіці» (Hay, 2010), культивуючи культуру домогосподарства, самостійного підприємництва, самореалізації та самоінвестування.

Висновки

Отже, культурологічний та критичний аналіз реаліті-шоу як транснаціонального медіапродукту та культурно-символічної форми породив більше запитань,

ніж відповідей, на що, власне, і був розрахований. Важливо розуміти, що наявні культурологічні дослідження реаліті-шоу зосереджуються насамперед на історично ліберальних суспільствах (таких як Сполучені Штати та частини Західної Європи) без урахування соціально-історичної специфіки «незахідних» суспільств, багато з яких з часом були лібералізовані, що є обов'язковою умовою приєднання до неоліберальної глобальної економіки. Це аспект важливий, адже популярність реаліті-шоу здебільшого зумовлена його коммодифікацією як телеформату, який продають та відтворюють на різних культурних ринках світу.

Глобальний резонанс і різні національні адаптації реаліті-шоу породжують чимало запитань: приміром, як неолібералізм через реаліті-шоу відчувається та представлений у «незахідних» суспільствах? Чи однаково переноситься західний досвід із цим жанром? Не менш важливе питання, обумовлене цією розвідкою, — які умови культурного перекладу, асиміляції та участі в глобальній культурній економіці? Ці та інші питання, по-перше, окреслюють перспективи подальших досліджень, а, по-друге, підкреслюють потенціал культуральних студій, що позначають точку відходу від популярних студій про реаліті-шоу та його соціальні наслідки, актуалізуючи методологію культурного виробництва та зосереджуючись здебільшого на виробничих практиках. Попри критичні оцінки, які пов'язують ідеологічне підґрунтя реаліті-шоу з неоліберальною соціальною ідеєю та допомагають концептуалізувати її як символічну форму дослідження, остання рідко виходить за межі текстової площини у виробничі контексти й практики. Це ще одна важлива прогалина, яка обмежує наше розуміння реаліті-шоу як «культурної технології», що розвиває підприємницьку культуру до рівня абстрактної сили, яка формує індивідуальні суб'єктності та може бути (критично) інтерпретована. Якщо ж поглянути на процес генерування ідей реаліті-шоу крізь призму методології культурного виробництва, тоді важливо з'ясувати умови, за яких ці (неоліберальні) ідеї набувають популярності та як конкретні структурні зв'язки в транснаціональній телевізійній індустрії запроваджують нові формати, як, власне, ідеї мутують в історично та соціально-культурних актах творення сенсу та як неоліберальне урядування, що діє через реаліті-шоу, причетне до певної соціально-культурної динаміки. Ці питання та породжені ними дискусії чекають на своїх майбутніх дослідників.

■ Список посилань

- Козловська, М., & Чорна, К. (2023). Адаптація зарубіжних розважальних телепрограм на українському телебаченні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 49, 48–53. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.49.2023.293284>
- Решетнік, Г. І. (2024). Реаліті-шоу в контексті «постдокументальної» культури: критика текстуального підходу. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 64–70. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2024.313271>
- Clissold, B. D. (2004). Candid camera and the origins of Reality TV: Contextualizing a historical precedent. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality television* (Ch. 1, pp. 33–53). Routledge.

- Dovey, J. (2000). *Freakshow: First person media and factual television*. Pluto Press.
- Dubrofsky, R. E. (2011). Surveillance on reality television and Facebook: From authenticity to flowing data. *Communication Theory*, 21(2), 111–129. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01378.x>
- Franco, J. (2008). Extreme makeover: The politics of gender, class and cultural identity. *Television & New Media*, 9(6), 471–486. <https://doi.org/10.1177/1527476408323339>
- Gupta, A. (2024, October 24). *GEC ad volumes drop 6% in H1 2024: TAM AdEx*. Exchange4media. <https://www.exchange4media.com/media-tv-news/gec-ad-volumes-drop-6-in-h1-2024-tam-adex-report-138208.html>
- Hay, J. (2010). Too good to fail: Managing financial crisis through the moral economy of Reality TV. *Journal of Communication Inquiry*, 34(4), 382–402. <https://doi.org/10.1177/0196859910390028>
- Jermyn, D. (2004). This is about real people! Video technologies, actuality and affect in the television crime appeal. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality television* (Ch. 3, pp. 71–90). Routledge.
- Kavka, M., & Weber, B. R. (2017). Introduction: Transnational gender cultures and reality TV. *European Journal of Cultural Studies*, 20(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/1367549416640555>
- Kraidy, M. M. (2003). Glocalization: An international communication framework? *The Journal of International Communication*, 9(2), 29–49. <https://doi.org/10.1080/13216597.2003.9751953>
- McMurria, J. (2008). Desperate citizens and good samaritans: Neoliberalism and makeover reality TV. *Television & New Media*, 9(4), 305–332. <https://doi.org/10.1177/1527476408315115>
- Mikos, L. (2020). Transnational television culture. In S. Shimpach (Ed.), *The Routledge Companion to Global Television* (pp. 74–83). Routledge.
- Moran, A. (1998). *Copycat television: Globalization, program formats and cultural identity*. University of Luton Press.
- Ouellette, L. (2010). Reality TV gives back: On the civic functions of reality television entertainment. *Journal of Popular Film and Television*, 38, 66–71. <https://doi.org/10.1080/01956051.2010.483347>
- Sen, B. (2014). Big Brother, Bigg Boss: Reality Television as Global Form. In B. Sen & A. Roy (Eds.), *Channeling cultures: Television studies from India* (pp. 201–225). Oxford University Press.
- van Keulen, J., Krijnen, T., & Bauwens, J. (2021). The logic of formatting: A case study on transnational television production. *Journal of Popular Television*, 9(3), 391–408. https://doi.org/10.1386/jptv_00064_1
- Wood, H., & Skeggs, B. (2004). Notes on ethical scenarios of self on British reality TV. *Feminist Media Studies*, 4(2), 205–208.
- Zhang, X., Hasan, N. A. M., Yaakup, H. S., & Fang, N. C. (2023). From global to local: Examining the localization strategies of transnational format reality TV The Voice of China. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(8), 312 – 331.

References

- Clissold, B. D. (2004). Candid camera and the origins of Reality TV: Contextualizing a historical precedent. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality television* (Ch. 1, pp. 33–53). Routledge [in English].
- Dovey, J. (2000). *Freakshow: First person media and factual television*. Pluto Press [in English].
- Dubrofsky, R. E. (2011). Surveillance on reality television and Facebook: From authenticity to flowing data. *Communication Theory*, 21(2), 111–129. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01378.x> [in English].
- Franco, J. (2008). Extreme makeover: The politics of gender, class and cultural identity. *Television & New Media*, 9(6), 471–486. <https://doi.org/10.1177/1527476408323339> [in English].
- Gupta, A. (2024, October 24). *GEC ad volumes drop 6% in H1 2024: TAM AdEx*. Exchange4media. <https://www.exchange4media.com/media-tv-news/gec-ad-volumes-drop-6-in-h1-2024-tam-adex-report-138208.html> [in English].
- Hay, J. (2010). Too good to fail: Managing financial crisis through the moral economy of Reality TV. *Journal of Communication Inquiry*, 34(4), 382–402. <https://doi.org/10.1177/0196859910390028> [in English].
- Jermyn, D. (2004). This is about real people! Video technologies, actuality and affect in the television crime appeal. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality television* (Ch. 3, pp. 71–90). Routledge [in English].
- Kavka, M., & Weber, B. R. (2017). Introduction: Transnational gender cultures and reality TV. *European Journal of Cultural Studies*, 20(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/1367549416640555> [in English].
- Kozlovska, M., & Chorna, K. (2023). Adaptatsiia zarubizhnykh rozvazhalnykh teleprohram na ukrainskomu telebachenni [Content adaptation of foreign entertainment TV programmes on Ukrainian television]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Arts*, 49, 48–53. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.49.2023.293284> [in Ukrainian].
- Kraidy, M. M. (2003). Glocalization: An international communication framework? *The Journal of International Communication*, 9(2), 29–49. <https://doi.org/10.1080/13216597.2003.9751953> [in English].
- McMurria, J. (2008). Desperate citizens and good samaritans: Neoliberalism and makeover reality TV. *Television & New Media*, 9(4), 305–332. <https://doi.org/10.1177/1527476408315115> [in English].
- Mikos, L. (2020). Transnational television culture. In S. Shimpach (Ed.), *The Routledge Companion to Global Television* (pp. 74–83). Routledge [in English].
- Moran, A. (1998). *Copycat television: Globalization, program formats and cultural identity*. University of Luton Press [in English].
- Ouellette, L. (2010). Reality TV gives back: On the civic functions of reality entertainment. *Journal of Popular Film and Television*, 38, 66–71. <https://doi.org/10.1080/01956051.2010.483347> [in English].
- Reshetnik, H. I. (2024). Realiti-shou v konteksti «postdokumentalnoi» kultury: Krytyka tekstualnoho pidkhodu [Reality show in the context of – Post-Documentary. Culture: Critics of textual approach]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 3, 64–70. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2024.313271> [in Ukrainian].

- Sen, B. (2014). Big Brother, Bigg Boss: Reality Television as Global Form. In B. Sen & A. Roy (Eds.), *Channeling cultures: Television studies from India* (pp. 201–225). Oxford University Press [in English].
- van Keulen, J., Krijnen, T., & Bauwens, J. (2021). The logic of formatting: A case study on transnational television production. *Journal of Popular Television*, 9(3), 391–408. https://doi.org/10.1386/jptv_00064_1 [in English].
- Wood, H., & Skeggs, B. (2004). Notes on ethical scenarios of self on British reality TV. *Feminist Media Studies*, 4(2), 205–208 [in English].
- Zhang, X., Hasan, N. A. M., Yaakup, H. S., & Fang, N. C. (2023). From global to local: Examining the localization strategies of transnational format reality TV The Voice of China. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(8), 312 – 331 [in English].

REALITY SHOWS AND CULTURAL PRODUCTION: NATIONAL ADAPTATION OF TRANSNATIONAL FORMAT

Hryhorii Reshetnik

Senior Lecturer,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0009-0002-9547-5828,

e-mail: grishareshetnik@gmail.com

The aim of the article is to clarify the national adaptation specifics of reality shows as a transnational television format and a significant factor in transformation of conditions and practices of television production, as well as symbolic forms and socio-cultural ideas at the local national level. *Results.* The application of the cultural production methodology makes it possible to study reality shows not only as an audio-visual genre form, but also as a transnational television entertainment format and a symbolic form used by adherents of neoliberal economy to change the cultural landscape of countries and national axio system. It is proved that even taking into account national adaptation, reality shows re-articulate local cultural attributes within the framework of clearly dictated norms and logic of symbolic cultural production in the transnational television scenario. *The scientific novelty* of this research lies in the fact that for the first time, the article studies reality shows as an example of transnational cultural capital and as a factor in transforming conditions and practices of television production using the examples of India and Ukraine. This re-orientes the viewers' socio-cultural perceptions at the national level. *Conclusions.* The attempt to view reality shows from this perspective emphasises the potential of cultural studies, which mark a point of rejection from popular researches of reality shows and their social consequences, actualising the cultural production methodology and focusing mainly on production practices. In spite of critical assessments that link the ideological grounding of reality shows to the neoliberal social idea and help in conceptualising it as a symbolic form of research, the format itself rarely goes beyond the textual space into production contexts and practices. This is one more important gap that limits

the understanding of reality shows as a “cultural technology” which develops entrepreneurial culture to the level of abstract force that forms individual subjectivities and can be (critically) interpreted.

■ **Keywords:** reality shows; cultural production; transnational television formats; neoliberal politics; national adaptation; symbolic form



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318736

УДК 791.41:621.397:[070:008-028.26]:004.77

РОЛЬ ТРАНСМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ У ФОРМУВАННІ ІМЕРСИВНОГО ДОСВІДУ АУДИТОРІЇ

Денис Сучков

Доктор філософії, старший викладач,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0003-2716-3873

e-mail: dentele@ukr.net

Для цитування:

Сучков, Д. (2024). Роль трансмедійного сторітелінгу у формуванні імерсивного досвіду аудиторії.

Питання культурології, 44, 145–157. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318736>

Мета статті — дослідити вплив трансмедійних проєктів на створення ефекту глибокого занурення (імерсії) аудиторії у вигадані світи. У роботі проаналізовано основні структурні елементи та принципи організації трансмедійних всесвітів, зокрема досліджено методи та стратегії розширення наративу через різні медіаплатформи. Особливу увагу приділено аналізу ролі наративного ядра, сателітного контенту та естетичної єдності у формуванні глибокого занурення аудиторії. *Результати дослідження* показують, що трансмедійний підхід до побудови наративу дає змогу створити інтерактивний і залучений досвід для аудиторії. Аналіз конкретних трансмедійних проєктів, таких як «Міністерство часу», демонструє, що стратегічне використання методів додавання, упущення, транспозиції та перестановки є ефективним для підтримання інтересу та творчої активності аудиторії. Виявлено, що ключовим чинником успіху трансмедійного сторітелінгу є гармонія між різними наративними елементами та збереження цілісності вигаданого всесвіту. *Наукова новизна* роботи полягає у виявленні ключових чинників, що визначають здатність трансмедійних проєктів створювати імерсію для аудиторії. *Висновки*. Проведено детальний аналіз взаємодії між структурними елементами трансмедійних всесвітів та їхнім впливом на занурення користувачів у вигадані світи, системно досліджено роль наративного ядра, сателітного контенту та естетичної єдності в досягненні імерсивного досвіду, що надає нові можливості для застосування трансмедійних технологій у різних галузях сучасної аудіовізуальної культури.

Ключові слова: трансмедійний сторітелінг; імерсія; аудіовізуальна культура; наративні підсистеми; трансмедійна екосистема; «Міністерство часу»

Вступ

Цифрова революція початку ХХІ ст. призвела до радикальної трансформації різних сфер суспільного життя, зокрема й галузі аудіовізуальної культури. Поширення нових медіаплатформ, удосконалення цифрових технологій створення контенту та зміна моделей медіаспоживання зумовили виникнення нових форм взаємодії між творцями культурних продуктів та їхньою аудиторією. У цьому контексті особливої уваги заслуговує феномен трансмедійного сторітелінгу — інноваційної техніки оповіді, що передбачає координоване розгортання єдиного нарративу на різних медіаплатформах (Jenkins, 2006).

Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2006), трансмедійні проекти пропонують аудиторії розгалужену систему взаємопов'язаних текстів (фільми, серіали, комікси, відеоігри, книги тощо), кожен з яких робить унікальний внесок у розбудову цілісного фікційного всесвіту. Такий підхід відкриває широкі можливості для поглиблення взаємодії з аудиторією, зокрема для створення ефекту імерсії — відчуття занурення у вигаданий світ, емоційного й інтелектуального зв'язку з персонажами та подіями історії. Водночас трансмедійність сприяє залученню аудиторії до активної співтворчості, розмиває межі між автором і читачем, творцем і споживачем.

Попри те, що трансмедійний сторітелінг став помітним трендом сучасної масової культури, низка концептуальних питань щодо природи й культурного значення цього явища лишається недостатньо висвітленою. Зокрема, бракує системного осмислення естетичних принципів та методів конструювання трансмедійних нарративів, психологічних механізмів їхнього імерсивного впливу, соціокультурних наслідків поширення трансмедійних практик (Scolari, 2009).

Відповідно, мета цієї статті полягає у тому, щоб дослідити феномен трансмедійності в контексті трансформаційних процесів сучасної аудіовізуальної культури. Актуальність дослідження трансмедійності з позицій культурології та соціальних комунікацій зумовлена кількома чинниками. По-перше, трансмедійний сторітелінг є яскравим симптомом більш загальних зрушень у культурі цифрової доби — конвергенції медіа, розмивання кордонів між масовим та елітарним, зміни моделей культурного виробництва та споживання. Відтак, його аналіз дає змогу виявити сутнісні риси сучасної аудіовізуальної культури, її комунікативні та естетичні особливості. По-друге, трансмедійні проекти, залучаючи масову аудиторію до співтворчості й занурюючи її у вигадані світи, суттєво трансформують досвід взаємодії з культурними продуктами, що актуалізує низку важливих питань про зміну культурних практик і компетенцій аудиторії в цифрову епоху. По-третє, поширення трансмедійних франшиз пов'язане з економічними й інституційними зрушеннями в креативних індустріях, що також потребує культурологічної рефлексії.

Аналіз попередніх досліджень

Останнім часом українські дослідники приділяють увагу як теоретичним засадам існування конвергентних ЗМІ, так і функціонуванню конкретних форм подачі такого продукту в сучасних медіа, зокрема у вигляді лонгвідів, мультимедійних текстів тощо. Наприклад, науковці Т. Полковенко (2017), В. Шевчен-

ко (2017), Г. Синоруб та ін. (Synorub et al., 2019) досліджують трансформацію сучасної медіаіндустрії та основи кросмедійності, науково обґрунтовують механізми створення мультимедійної історії. Дослідниці Ю. Блажеєвська (2019) та У. Лешко (2020) надають практичні поради щодо конструювання та використання лонгвідів.

Наукові дослідження щодо трансформації медіаспоживання в умовах цифрової культури з кроскультурної перспективи демонструють активну динаміку та багатовекторність підходів. У роботах Л. Гаврілової та Я. Топольника (2017), а також Л. Гаврілової та Н. Воронової (2017) аналізується значення цифрової культури, цифрової грамотності та компетентності в сучасному освітньому середовищі. Автори підкреслюють, що ці концепти відіграють ключову роль у формуванні нових методик навчання та підходів до взаємодії в епоху цифрових технологій. У дослідженні І. Гурової (2023) розглядається культура співучасті в нових медіа як важливий аспект сучасного культуротворення.

М. Женченко (2013) у своїй статті аналізує поняття «мультимедіа», «кросмедіа» та «трансмедіа» в контексті цифрової епохи, акцентуючи на зростанні інтересу до мультимедійних засобів споживання медіа та їх впровадженні в різні сфери сучасного життя. Важливим є те, що трансмедіа сприяє створенню глибшого занурення (імерсії) в аудіовізуальні продукти, що є однією з провідних тенденцій цифрової культури. Н. Зражевська та О. Литвиненко (2023) досліджують комунікативні трансформації, спричинені розвитком цифрових інтернет-технологій, що зумовлює появу нових форм взаємодії між споживачами та медіа в умовах цифрової парадигми, що, відповідно, впливає на спосіб споживання контенту, посилюючи імерсивність аудіовізуальних продуктів.

■ Мета статті

Мета статті — дослідити роль трансмедійності як чинника поглиблення імерсивності сучасних аудіовізуальних творів. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до визначення понять «трансмедійний сторітелінг», «імерсивність», «занурення» та окреслити зв'язок між цими феноменами в контексті сучасної аудіовізуальної культури.

2. Виявити базові структурні елементи та принципи організації трансмедійних всесвітів, схарактеризувати основні стратегії трансмедійного розширення наративу.

3. Здійснити системний аналіз структури та функціонування конкретного трансмедійного проекту (телесеріалу «Міністерство часу») з метою виокремлення наративних підсистем та оцінки їх внеску у створення імерсивного досвіду.

4. Визначити психологічні чинники, які зумовлюють здатність трансмедійних проєктів поглиблювати занурення аудиторії у вигаданий світ.

5. Окреслити перспективи подальшого використання трансмедійних технологій для підвищення імерсивності аудіовізуального контенту в індустрії розваг, освіти та інших суспільних сферах.

Досягнення поставлених цілей дасть змогу сформувати цілісне концептуальне бачення феномену трансмедійності як чинника розвитку сучасної аудіові-

зуальної культури, схарактеризувати його вплив на взаємодію творців контенту з аудиторією та окреслити перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

■ Результати дослідження

Сучасна аудіовізуальна культура переживає період стрімких трансформацій, обумовлених технологічним прогресом, зміною моделей медіаспоживання та естетичними пошуками митців. Одним з головних трендів, що визначають обличчя аудіовізуального мистецтва XXI ст., є трансмедійність — техніка оповіді, що передбачає просування певного нарративу одночасно на різних медіа-платформах. Як зазначає Г. Дженкінс (Jenkins, 2006), «трансмедійні історії розгортаються на кількох медіаплатформах, кожна з яких робить свій унікальний внесок у розуміння всесвіту». На відміну від мономедійних історій, сконцентрованих лише в одному форматі, трансмедійні проекти розширюють нарратив завдяки доповненням, поданим у різних медіа (відеоігри, комікси, книги, серіали тощо).

Трансмедійний сторітелінг має на меті не просто механічно розповсюдити контент, а створити цілісний і взаємодоповнюючий досвід занурення у вигаданий світ. Водночас вхідною точкою до цього світу може бути будь-який елемент трансмедійної екосистеми. Як зазначають дослідники, «трансмедійна історія — це картина, в якій кожен фрагмент доповнює інші, створюючи у підсумку об'ємний нарратив, багатший і глибший, ніж проста сума його складників» (Berger, 2013). Прикладами успішних трансмедійних проектів є фантастичні франшизи «Зоряні війни», «Матриця», «Гра престолів», «Гаррі Поттер» та багато інших.

Однією з ключових переваг трансмедійного підходу є його здатність сприяти виникненню ефекту імерсії — психологічного стану повного занурення у вигаданий світ, відчуття «присутності» та емоційного зв'язку з персонажами та подіями історії. Множинність «точок входу» в історію, варіативність способів взаємодії з нею, інтерактивність і співучасть аудиторії — всі ці риси трансмедійних проектів працюють на досягнення ефекту глибокого занурення.

Взаємозв'язок між трансмедійністю та імерсією є одним із ключових аспектів сучасної теорії медіа та культурології. Концепція трансмедійності, яка передбачає координоване розгортання єдиного нарративу на різних медіаплатформах (Jenkins, 2006), тісно пов'язана з ідеєю імерсії — глибокого занурення аудиторії у вигаданий світ, відчуття емоційної та інтелектуальної залученості до його подій і персонажів.

З одного боку, трансмедійні проекти, поширюючи елементи історії через різні медіа (фільми, серіали, відеоігри, комікси тощо), пропонують аудиторії багатовимірний досвід взаємодії з фікційним всесвітом. Кожен медіатекст не просто дублює інформацію, а доповнює її, розкриває нові сюжетні лінії та грані персонажів (Evans, 2011). Так створюється ефект «когнітивної карти» вигаданого світу, занурення в його деталі та нюанси. Відтак трансмедійність працює як чинник поглиблення імерсії, спонукаючи аудиторію активно досліджувати всесвіт історії, поєднувати розрізнені фрагменти інформації в цілісну картину. З іншого боку, прагнення до імерсивності є одним із ключових драйверів розвитку трансмедійних проектів. Продюсери та творці контенту свідомо використовують

трансмедійні засоби (кроссплатформне просування, паратекстуальні елементи, стратегії партисипації тощо), щоб максимально «затягнути» аудиторію в орбіту фікційного світу, перетворити її з пасивних реципієнтів на активних учасників (Garner, 2016). У цьому сенсі імерсія постає як своєрідний «інтерфейс» трансмедійного наративу, оскільки саме через досвід занурення аудиторія взаємодіє з усіма його елементами.

Цікаво, що взаємозв'язок трансмедійності та імерсії проявляється не лише на рівні споживання контенту, а й у практиках культурного туризму, пов'язаного з відвідуванням локацій кіно- та телезйомок. Дослідники відзначають, що інформаційні матеріали (путівники, карти, сайти), які створюються для просування таких об'єктів, використовують принципи трансмедійного сторітелінгу — поєднують елементи брендингу місця та наративу, апелюють до знайомих аудиторії образів і сюжетів (Garner, 2016). Вони фактично «програмують» імерсивний досвід туристів, моделюють їхні очікування та форми поведінки. Водночас практика відвідування локацій і фотографування в місцях зйомок може розглядатися як спроба подолати розрив між дієгетичним та недієгетичним просторами, поєднати реальний світ із художнім задля поглиблення імерсії (Bonі, 2017).

Підсумовуючи, можна стверджувати, що трансмедійність та імерсія перебувають у стані продуктивного взаємозв'язку та взаємопідсилення. Трансмедійні стратегії використовуються для проектування імерсивного досвіду аудиторії, тоді як прагнення до імерсії, відповідно, стимулює розвиток усе нових форм і практик кроссплатформного сторітелінгу. Відтак аналіз цих феноменів не лише відкриває нові обрії в культурологічній теорії, а й має значний практичний потенціал, зокрема, для дослідження та проектування досвіду медіаспоживання в умовах цифрової культури.

Водночас попри стрімкий розвиток трансмедійного сторітелінгу чимало концептуальних і методологічних питань щодо феномену трансмедійності лишаються недостатньо висвітленими. Зокрема, бракує чітких критеріїв розрізнення трансмедійних і кросмедійних проєктів, типології трансмедійних компонентів, розуміння зв'язку між імерсивними ефектами та структурою трансмедійної екосистеми. Відповідно, метою цієї статті є дослідження ролі трансмедійного сторітелінгу у створенні ефекту імерсії на основі аналізу структури і функціонування окремого трансмедійного проєкту (Beddows, 2012).

Для кращого розуміння ролі трансмедійності в аудіовізуальній культурі слід розглянути базові принципи організації та функціонування трансмедійних всесвітів. На думку дослідників, ключовими системоутворючими елементами будь-якого трансмедійного проєкту є наративне ядро як центральний елемент трансмедійного наративу та базова історія, яка задає основні параметри вигаданого світу: міфологію (mythos), топос (topos) та етос (ethos). Наративне ядро зазвичай презентується у форматі «материнського корабля» (mothership) — романі, фільмі, телесеріалі або відеогрі. Саме ця історія формує фундамент для подальших наративних розширень і доповнень. Наприклад, у «Зоряних війнах» (Star Wars) материнським кораблем є оригінальна трилогія фільмів, яка встановлює ключові сюжетні лінії, персонажів і світ. Сателітний контент є важливим аспектом трансмедійної стратегії: додаткові наративні розширення та допов-

нення не просто повторюють, а суттєво збагачують і поглиблюють центральну історію. Сателітний контент може охоплювати офіційні розширення, вироблені авторами проекту, такі як книги, комікси, анімаційні серіали, а також фанатську творчість, яка часто грає важливу роль у підтримці та розвитку трансмедійного всесвіту. Негативний простір є ще одним ключовим елементом трансмедійності: навмисно створені лакуни і «пробіли» в історії, які стимулюють уяву та творчу активність аудиторії, спонукаючи її добудовувати всесвіт, дають змогу створювати глибші та багатшарові наративи, які продовжують жити та розвиватися завдяки творчості фанатів та інших авторів. Негативний простір може виявлятися через невідповідності, недомовленості або відкриті кінцівки, що залишають простір для інтерпретації. Впізнаваний естетичний стиль є ще одним важливим компонентом трансмедійності, візуальної, звукової та наративної стилістики, які забезпечують єдність і цілісність сприйняття всесвіту незалежно від залучених медіаплатформ. Впізнаваний стиль допомагає аудиторії легко орієнтуватися в трансмедійному просторі та підтримувати зв'язок між різними частинами наративу (Sánchez-Castillo & Mora-Llabata, 2019).

Також трансмедійний дискурс має значний вплив на трансформацію сучасної аудіовізуальної культури, оскільки трансмедійність змінює саму природу аудіовізуального наративу, перетворюючи його з лінійної історії, обмеженої одним медіа, на багатовимірний та інтерактивний досвід, який розгортається одночасно на різних медіаплатформах, призводить до виникнення нових форм взаємодії аудиторії з контентом — глядачі перетворюються зі споживачів на активних учасників і співтворців наративу. Трансмедійні проекти заохочують аудиторію досліджувати вигаданий всесвіт, збирати розрізнені фрагменти історії, ділитися своїми інтерпретаціями та продукувати власний контент — від фанатської творчості до повноцінних спін-оффів та сиквелів. Трансмедійний сторітелінг радикально розширює межі аудіовізуального світотворення. Якщо традиційні фільми та серіали були обмежені хронометражем і технічними можливостями конкретного медіа, то трансмедійні франшизи здатні створювати розгалужені, деталізовані та психологічно переконливі фікційні всесвіти, які охоплюють десятки й сотні років вигаданої історії та залучають безліч персонажів, що відкриває нові можливості для глибокого занурення аудиторії у вигаданий світ, емоційної прив'язаності до героїв та багатшарового розкриття тем і сенсів надалі. Тобто трансмедійність стимулює конвергенцію та синергію раніше ізольованих медіаіндустрій — кіно, телебачення, літератури, коміксів, відеоігор, тематичних парків тощо. Кожна платформа починає працювати не лише на власну, а й на спільну аудиторію, а елементи наративу, наявні в різних медіа, утворюють цілісну й незалежну історію. Окрему роль у трансмедійній екосистемі відіграють соціальні медіа, які стають ключовим майданчиком для взаємодії між авторами та аудиторією, поширення інформації про проект, організації фан-спільнот та стимулювання користувачької творчості. Можливості соціальних мереж з миттєвого зворотного зв'язку, дискусій, краудсорсингу ідей дають змогу авторам динамічно реагувати на запити аудиторії, коригувати розвиток трансмедійного всесвіту та підживлювати інтерес до нього між виходами нових «материнських» текстів (фільмів, серіалів, ігор).

Так, трансмедійний дискурс і сторітелінг постають потужними чинниками трансформації сучасної аудіовізуальної культури — як на рівні створення контенту, так і на рівні його сприйняття аудиторією. Вони розмивають кордони між різними медіа, стимулюють конвергенцію індустрій, змінюють моделі монетизації проєктів. Водночас вони трансформують саму природу оповіді — від закритого авторського висловлювання до відкритого, процесуального та інтерактивного нарративного досвіду, що створює простір для активної участі аудиторії у формуванні аудіовізуальної культури, стимулює розвиток горизонтальних зв'язків всередині фан-спільнот та між глядачами й авторами.

Здебільшого в центрі трансмедійного всесвіту перебуває «материнський корабель», який є головним атрактором уваги аудиторії та задає базову тональність і правила всесвіту. Таких «кораблів» може бути декілька (наприклад, серія книг та серія фільмів). Навколо цього ядра обертаються менші за масштабом і впливом нарративні світи, що взаємодіють між собою. Щоб описати цю взаємодію, Дж. Кончак (Konczak, 2018) пропонує розрізнити чотири стратегії трансмедійного сторітелінгу:

Додавання (addition) є процесом розширення знань про всесвіт завдяки новій інформації, що додається до вже наявного нарративу, новим персонажам, локаціям, подіям або навіть цілим сюжетним лініям, які поглиблюють і збагачують основну історію. Наприклад, у всесвіті Marvel Cinematic Universe (MCU) кожен новий фільм або серіал додає нові деталі до загальної картини, розкриваючи нові аспекти світу і персонажів. Додавання дозволяє авторам розширювати свій всесвіт, роблячи його комплексним і багатощаровим, а також тримає аудиторію в постійному очікуванні нових відкриттів і пригод.

Упущення (omission) є навмисним приховуванням частини інформації для створення інформаційних лакун або прогалів у нарративі. Метод використовується для стимулювання уяви та творчої активності аудиторії, яка заповнює ці прогалини власними інтерпретаціями і теоріями. Упущення створює простір для розвитку фанатської творчості та забезпечує глибше занурення в нарратив. У популярних франшизах, таких як «Зоряні війни» (Star Wars), часто залишаються нерозв'язані питання або незрозумілі моменти, що стимулює фанатів до створення власних історій, теорій і навіть фанатських фільмів.

Транспозиція (transposition) передбачає зміну порядку викладу подій або перенесення історії в інший формат. Транспозиція дає змогу історії знайти нову аудиторію та надає їй нове життя у різних медіаплатформах. Важливим аспектом транспозиції є збереження основних елементів і духу оригінальної історії під час її адаптації до особливостей нового формату. Наприклад, адаптація «Гри престолів» (Game of Thrones) з серії романів у телесеріал дала змогу значно розширити аудиторію та візуально насолодитися вигаданим світом.

Перестановка (permutation) охоплює заміну або перестановку окремих елементів історії, таких як персонажі, локації або сюжетні лінії. Метод дає змогу авторам експериментувати з різними варіантами розвитку подій і створювати альтернативні версії нарративу. Перестановка може також допомогти адаптувати історію до культурних або регіональних особливостей, роблячи її доступною та зрозумілою для різних аудиторій. У фільмах і серіалах часто використовують

перестановку для того, щоб зробити історію динамічною та загадковою, змінюючи порядок подій або акценти на певних моментах.

Отже, трансмедійні проекти можуть розширювати, звужувати, змінювати початковий нарративний всесвіт, комбінуючи перелічені стратегії в різних пропорціях. Водночас для досягнення ефекту імерсії критично важливо зберегти гармонію, несуперечливість та естетичну єдність всесвіту. Саме тому виробництво трансмедійних проектів зазвичай спирається на так звані «Біблії» (Bibles), які детально описують базові характеристики всесвіту, щоб уникнути розбіжностей між різними нарративними елементами (Berger, 2013).

Вдалим прикладом системного підходу до побудови трансмедійного всесвіту є іспанський науково-фантастичний телесеріал «Міністерство часу» (El Ministerio del Tiempo, 2015 – дотепер). Аналіз цього проекту дасть змогу глибше зрозуміти роль трансмедійності у створенні імерсивного досвіду аудиторії.

«Міністерство часу»: модель трансмедійної екосистеми. Телесеріал «Міністерство часу», створений Хав'єром та Пабло Олівіресаами, розповідає про секретний урядовий департамент, який здійснює контроль за подорожами в часі з метою запобігти змінам в історії Іспанії. Кожна серія демонструє міжчасову патрульну команду, що подорожує в певний момент минулого для виконання місій. Самобутній візуальний стиль, оригінальні сюжетні лінії та харизматичні персонажі забезпечили серіалу постійний попит і культовий статус у глядачів (Tenderich & Williams, 2015).

Від самого початку «Міністерство часу» замислювалося як трансмедійний проект з чіткою стратегією розширення нарративу. За три сезони навколо телесеріалу було створено розгалужену екосистему сателітного контенту, що охоплював офіційні доповнення (комікси, документальні фільми, подкасти, доповнена реальність), продукцію за ліцензією (книги, відеоігри, настільні ігри) та різноманітний користувацький контент. За даними дослідження Х. Міранди-Гальбе та ін. (Miranda-Galbe et al., 2021), трансмедійний всесвіт «Міністерства часу» налічував понад 833 нарративних елементи, що поділені на 8 підсистем:

- нарративна підсистема художньої літератури (19,57 % контенту);
- підсистема історичної документалістики (5,04 %);
- рекламно-промоційна підсистема (41,78 %);
- інформаційно-журналістська підсистема (20,29 %);
- підсистема «за лаштунками» (відео про створення серіалу) (5,04 %);
- ігрова підсистема (0,24 %);
- маркетингова підсистема (0,96 %);
- паратексти (незалежні нарративні елементи) (7,08 %).

Водночас більшість нарративних розширень використовували стратегію додавання нової інформації про всесвіт (57,74 %), тоді як упущення і створення лагун застосовувалися рідше (36,25 %) (Kopczak, 2018).

Як бачимо, найбільший обсяг контенту припадав не на основний «материнський корабель» (серіал), а на рекламно-промоційні матеріали, необхідні для залучення аудиторії. Водночас серіал зберігав центральну позицію у всесвіті, слугуючи відправною точкою й естетичним камертоном для решти розширень.

Варто зазначити, що для досягнення ефекту імерсії найбільше значення має не кількість, а якість і нарративна цінність розширень. Справді вагомими для занурення у весьвіт були передусім розширення художньої підсистеми (офіційні новели, фанфіки, комікси), які збагачували історію психологічно й емоційно.

Отже, на прикладі «Міністерства часу» можемо бачити, наскільки важливу роль у формуванні імерсії відіграє системний підхід до творення трансмедійних весьвітів. Продумана архітектура нарративних підсистем, їхня відповідність естетиці «материнського корабля», майстерне використання стратегій розширення, упущення і транспозиції — все це дало змогу авторам проєкту створити візуально й емоційно насичений, захопливий і психологічно правдивий світ, здатний надовго утримувати увагу та уяву аудиторії.

■ Висновки

Підсумовуючи, можемо констатувати, що трансмедійність стала важливим чинником трансформації сучасної аудіовізуальної культури, відкривши нові можливості для поглибленої взаємодії творців контенту з аудиторією. Завдяки мультиплатформному розгортанню оповіді та залученню глядачів як співтворців історії трансмедійні проєкти виявляють унікальну здатність створювати відчуття глибокого занурення у вигаданий світ.

Системний аналіз структури та функціонування трансмедійних нарративних екосистем дає змогу виокремити низку чинників, що визначають їхню імерсивність. Передусім це оптимальне співвідношення таких системотворчих елементів, як нарративне ядро, сателітний контент, негативний простір та естетична єдність весьвіту. Водночас зв'язки між елементами екосистеми вибудовуються за допомогою чотирьох базових стратегій: додавання, упущення, транспозиція та перестановка. Майстерне комбінування окреслених стратегій з урахуванням специфіки конкретного проєкту сприяє підтриманню інтересу та творчої активності аудиторії.

Аналіз трансмедійного весьвіту серіалу «Міністерство часу» засвідчив, що ефект занурення забезпечується передусім завдяки продуманій архітектурі нарративних підсистем, їх відповідності естетиці «материнського корабля», використанню негативного простору для стимулювання уяви та співтворчості глядачів. Найбільший внесок у цьому проєкті зробили розширення художньої підсистеми (новели, комікси, фанфіки), які психологічно й емоційно збагатили історію.

Отже, трансмедійність відкриває широкі перспективи для посилення імерсивності контенту не лише у сфері розваг, а й в освіті, туризмі, музеєзнавстві та інших соціокультурних практиках. Розробка резонансних трансмедійних проєктів здатна розширити палітру виражальних засобів для митців, збагатити інструментарій медіадослідників, підвищити медіаграмотність аудиторії.

■ Список посилань

Блажеєвська, Ю. М. (2019). Лонгрід як спосіб подачі інформації в сучасних інтернет-ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, 16. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15131>

- Гаврілова, Л., & Воронова, Н. (2017). Цифрова культура як феномен сучасного інформаційно-комунікаційного педагогічного середовища. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*, 48, 21–34. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1312912>
- Гаврілова, Л., & Топольник, Я. (2017). Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 61(5), 1–14.
- Гурова, І. В. (2023). Культури співучасті у нових медіа як феномен сучасного культуротворення. *Культурологічний альманах*, 1, 167–173. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.22>
- Женченко, М. І. (2013). Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. *Наукові записки Інституту журналістики*, 52, 72–75.
- Зражевська, Н., & Литвиненко, О. (2023). Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових інтернет-технологій. *Інтегровані комунікації*, 1(15), 36–41. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.155>
- Лешко, У. (2020). Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 48, 180–188. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10558>
- Полковенко, Т. В. (2017). Перспективи розвитку кросмедіа. В В. Е. Шевченко (Ред.), *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* (с. 207–213). Київський національний університет імені Тараса Шевченка. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22638/1/T_Polkovenko_CrossMedia_IJ.pdf
- Тілікіна, Н. (2021). Медіа-, інформаційна і комп'ютерна грамотність як компоненти цифрової грамотності. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*, 29, 46–56. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025>
- Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes* [Doctor of Philosophy, Swinburne University of Technology]. <https://doi.org/10.25916/sut.26255831.v1>
- Berger, P. (2013, March 20–22). Immersion, from Goggles to Transmedia. In *VRIC 2013 Virtual Reality International Conference - Laval Virtual* (pp. 1–8). Association for Computing Machinery. <http://diccan.com/Blog/Berger/Immersion.pdf>
- Boni, M. (Ed.). (2017). *World Building: Transmedia, Fans, Industries*. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/25975/1004106.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203819104>
- Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80–100. <http://dx.doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006>
- Garner, R. P. (2016). Symbolic and cued immersion: paratextual framing strategies on the Doctor Who Experience Walking Tour. *Popular Communication*, 14(2), 86–98. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1153101>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Konczak, J. (2018). *Transmedia Storytelling and Transcendental Experience: Using Media Archaeology in Creative Practice to Explore Narrative and Space within the Virtual*

Screen [Doctor of Philosophy, Nottingham Trent University]. <https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/38007/1/Julian%20Konczak%202019.pdf>

Miranda-Galbe, J., Cabezuelo-Lorenzo, F., & López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of "The Ministry of Time". *Communication & Society*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13>

Sánchez-Castillo, S., & Mora-Llabata, M. R. (2019, July 1–3). Transmedia storytelling as collaborative environment and autonomous in higher education. In *EDULEARN 2019: 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies* (pp. 8436–8441). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.2099>

Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>

Synorub, H. P., Nestayko, I. M., Poplavska, I. V., Medynska, O. Y., & Poplavska, N. M. (2019). Crossmedia as an innovative technology in training the humanities students in higher school. *Information Technologies and Learning Tools*, 70(2), 257–270. <https://doi.org/10.33407/itlt.v70i2.2762>

Tenderich, B., & Williams, J. (2015). *Transmedia Branding: Engage Your Audience*. USC Annenberg Press.

References

Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes* [Doctor of Philosophy, Swinburne University of Technology]. <https://doi.org/10.25916/sut.26255831.v1> [in English].

Berger, P. (2013, March 20–22). Immersion, from Goggles to Transmedia. In *VRIC 2013 Virtual Reality International Conference - Laval Virtual* (pp. 1–8). Association for Computing Machinery. <http://diccan.com/Blog/Berger/Immersion.pdf> [in English].

Blazheievskaya, Yu. M. (2019). Lonhrid yak sposib podachi informatsii v suchasnykh internet-ZMI [Long read as a way of presenting information in modern online media]. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Social Communications*, 16. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15131> [in Ukrainian].

Boni, M. (Ed.). (2017). *World Building: Transmedia, Fans, Industries*. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/25975/1004106.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [in English].

Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203819104> [in English].

Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80–100. <http://dx.doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006> [in English].

Garner, R. P. (2016). Symbolic and cued immersion: paratextual framing strategies on the Doctor Who Experience Walking Tour. *Popular Communication*, 14(2), 86–98. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1153101> [in English].

Havrilova, L., & Topolnyk, Ya. (2017). Tsyfrova kultura, tsyfrova hramotnist, tsyfrova kompetentnist yak suchasni osvichni fenomeny [Digital culture, digital literacy, digital

- competence as the modern educational phenomena]. *Information technologies and learning tools*, 61(5), 1–14 [in Ukrainian].
- Havrilova, L., & Voronova, N. (2017). Tsyfrova kultura yak fenomen suchasnoho informatsiino-komunikatsiinoho pedahohichnoho seredovyshcha [Digital culture as a phenomenon of modern informational and communication pedagogical environment]. *Information Technologies and Learning Tools*, 48, 21–34. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1312912> [in Ukrainian].
- Hurova, I. V. (2023). Kultury spivuchasti u novykh media yak fenomen suchasnoho kulturotvorennia [Cultures of participation in the new media as a phenomenon of modern cultural creation]. *Culturological almanac*, 1, 167–173. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.22> [in Ukrainian].
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press [in English].
- Konczak, J. (2018). *Transmedia Storytelling and Transcendental Experience: Using Media Archaeology in Creative Practice to Explore Narrative and Space within the Virtual Screen* [Doctor of Philosophy, Nottingham Trent University]. <https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/38007/1/Julian%20Konczak%202019.pdf> [in English].
- Leshko, U. (2020). Lonhrid yak forma suchasnoi multymediinoi zhurnalistyky [The longread as a form of modern multimedia journalism]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 48, 180–188. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10558> [in Ukrainian].
- Miranda-Galbe, J., Cabezuolo-Lorenzo, F., & López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of "The Ministry of Time". *Communication & Society*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13> [in English].
- Polkovenko, T. V. (2017). Perspektyvy rozvytku krosmedia [Crossmedia Development Prospects]. In V. E. Shevchenko (Ed.), *Krosmedia: kontent, tekhnolohii, perspektyvy* (pp. 207–213). Taras Shevchenko National University of Kyiv. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22638/1/T_Polkovenko_CrossMedia_IJ.pdf [in Ukrainian].
- Sánchez-Castillo, S., & Mora-Llabata, M. R. (2019, July 1–3). Transmedia storytelling as collaborative environment and autonomous in higher education. In *EDULEARN 2019: 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies* (pp. 8436–8441). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.2099> [in English].
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336> [in English].
- Synorub, H. P., Nestayko, I. M., Poplavska, I. V., Medynska, O. Y., & Poplavska, N. M. (2019). Crossmedia as an innovative technology in training the humanities students in higher school. *Information Technologies and Learning Tools*, 70(2), 257–270. <https://doi.org/10.33407/itlt.v70i2.2762> [in English].
- Tenderich, B., & Williams, J. (2015). *Transmedia Branding: Engage Your Audience*. USC Annenberg Press [in English].
- Tilikina, N. (2021). Media-, informatsiina i kompiuterna hramotnist yak komponenty tsyfrovoi hramotnosti [Media, Information and Computer Literacy as Components of Digital Literacy]. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law. Series "Economics". Series "Law"*, 29, 46–56. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025> [in Ukrainian].

Zhenchenko, M. I. (2013). Poniattia "multymedia", "kros-media", "transmedia" u naukovomu dyskursi tsyfrovoi doby [Notion of "multimedia", "cross-media", "transmedia" in the scientific discourse of digital era]. *Scientific notes of the Institute of Journalism*, 52, 72–75 [in Ukrainian].

Zrazhevskaya, N., & Lytvynenko, O. (2023). Komunikatyvni transformatsii yak naslidok rozvytku suchasnykh tsyfrovyykh internet-tekhnologii [Communicative transformations as a consequence of the development of modern digital internet technologies]. *Integrated communications*, 1(15), 36–41. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.155> [in Ukrainian].

THE ROLE OF TRANSMEDIA STORYTELLING IN FORMING THE AUDIENCE'S IMMERSIVE EXPERIENCE

Denys Suchkov

PhD, Senior Lecturer,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-2716-3873
e-mail: denele@ukr.net

The aim of the article is to study the influence of transmedia projects on creating the effect of deep plunging ("immersion") of the audience in fictional worlds. The research analyses main structural elements and principles of organising transmedia universes, as well as examines methods and strategies for narrative expansion through various media platforms. Special attention is given to analysing the role of the narrative core, satellite content and aesthetic unity in forming deep audience's immersion. *The results* demonstrate that a transmedia approach to narrative construction allows to create an interactive and engaging experience for the audience. The analysis of specific transmedia projects, such as "Ministry of Time", shows that the strategic use of methods, such as addition, omission, transposition and rearrangement is effective in maintaining the audience's interest and creative engagement. It is found out that a key success factor in transmedia storytelling is harmony between different narrative elements and maintaining the integrity of the fictional universe. *The scientific novelty* of the work grounds on identifying key factors that determine the ability of transmedia projects to create immersion for the audience. *Conclusions*. A detailed analysis of interacting structural elements of transmedia universes with their impact on the users' immersion in fictional worlds is conducted, the role of the narrative core, satellite content and aesthetic unity in achieving an immersive experience is systematically studied. It provides new opportunities for applying transmedia technologies in various fields of modern audiovisual culture.

Keywords: transmedia storytelling; immersion; audiovisual culture; narrative subsystems; transmedia ecosystem; "Ministry of Time"



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

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318740

УДК 791-51-044.922:[7-028.22:008(=161.2)]:355.01(477-651.2:470-651.1)

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ ГЕРОЯ У ВІЗУАЛЬНИХ ПРАКТИКАХ
В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ ПІД ВПЛИВОМ
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ****Альона Тимошенко**

*Аспірантка,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна
ORCID ID: 0009-0003-1501-9476
e-mail: timoshenkoalyona@gmail.com*

Для цитування:

Тимошенко, А. (2024). Трансформація образу героя у візуальних практиках в українській культурі під впливом російсько-української війни. *Питання культурології*, 44, 158–171. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318740>

Мета статті — дослідити вплив російсько-української війни на формування героїчного неоміфу та репрезентацію за допомогою візуальних практик образу героя, з яким сьогодні асоціюються процеси конструювання національної ідентичності. *Результати дослідження*. В умовах російсько-української війни, символічної еkleктики, посилення ролі «медійно-візуальної мови» та медійного розмивання традиційних уявлень про героїчне можна спостерігати, що наразі в Україні відбувається відхід від романтизовано-ідеалізованої героїзації минулого та формування нового героїчного неоміфу, що підсилений національно-культурною інтерпретацією героїчного в медіапросторі країни та конструюється на підставі реальних героїчних вчинків здебільшого українських військових. *Наукова новизна* одержаних результатів полягає в тому, що вперше розкрито особливості візуалізації сучасних героїв в умовах російсько-української війни. *Висновки*. Наголошено, що культурологічне осмислення цієї проблеми передбачає те, що увага творців візуальних практик більше концентрується не на культурних героях, а на харизматичних реальних людях, які не просто вписуються у героїчні наративи сучасної української культури, а і є їхніми співтворцями, як свого часу були козаки, бійці ОУН–УПА тощо. Візуалізація героїчних образів з використанням різних засобів (мурали, світлини, малюнки, меми, фільми, реклама тощо) чітко підкреслює, що на вершині нового пантеону українських героїв знаходяться ЗСУ, воїни-захисники, які є нащадками славетних предків часів Київської Русі, Козаччини та Української революції 1917–1921-х рр. Доведено, що візуалізація героїчного на сучасному етапі російсько-української війни виявляє та репрезентує контрверзу «герой – антигерой»: потужною метафорою та сильним образом українського героя є образ Кіборга, тоді як антигероем

постає російський військовий, який творить зло та безчинства у Бучі, Ізюмі, Маріуполі та інших українських містах.

■ **Ключові слова:** образ героя; героїзація; російсько-українська війна; візуальні практики; візуалізація; національна ідентичність; «герой – антигерой»

■ Вступ

Російсько-українська війна, яка фактично розпочалася у 2014 р., змінила життя українців, їхній побут і повсякдення, економічне становище, міжлюдські взаємини, громадську активність, вплинула на соціальні та візуальні практики. Саме ця війна, особливо з моменту повномасштабного вторгнення у лютому 2022 р., консолідувала народ та активізувала масовий супротив українського соціуму російській военній агресії, змінила ставлення українців до своєї держави, яку, за твердженням Є. Головахи, вони «нарешті прийняли» (Фещенко, 2022) та почали сприймати як цінність. Фундаментальний зсув в українській масовій свідомості також фіксують і соціологічні опитування: приміром, соціологічна група «Info Sapiens» на початку березня 2022 р. провела телефонне опитування, за даними якого більшість українців, які не залишили країну (67 % усіх громадян, зокрема 78 % опитаних чоловіків і 59 % жінок), підтримали збройний опір для захисту України проти російської агресії (Berger, 2022); і ще, за результатами опитування (20–28 червня 2024 р.) в межах соціологічного дослідження, яке на замовлення редакції «Дзеркала тижня» провів Центр Разумкова, «66 % опитаних вірять у те, що Росію можна перемогти на полі бою» (Ведернікова, 2024). Попри досить великий відсоток ухилинтів (46 % українців вважають, що бути ухилинтом під час війни не соромно), героїчні вчинки наших військових на полі битви з ворогом доводять цінність героїчної парадигми та героїзації на національному, локальному та індивідуальному рівнях, що передбачає обумовленість мотивів героїчної поведінки в контексті виконання службових обов'язків й інтересів захисту Батьківщини, що виражається у різних видах практик і дискурсу, креолізованих текстах, фото- та відеоматеріалах, коментарях користувачів інтернет-сервісів тощо.

Так, з одного боку, зміна контексту репрезентації національної ідентичності та героїчної парадигми з огляду на російсько-українську війну, а з іншого — особливості «візуального повороту» в культурі, під час якого відбувається «розширення способів передачі знання — від мови текстів до екранної, медійно-візуальної мови» (Кремень & Ільїн, 2020, с. 8), детермінують логіку дослідження з урахуванням трансформації підходів створення й репрезентації візуальних образів національних героїв на сучасному етапі.

■ Аналіз попередніх досліджень

Про важливість образів та інтерпретацій, візуальних даних, про семіотику, візуальну та протетичну культури писали такі зарубіжні дослідники, як Н. Брайсон, Г. Бьом, Г. Маден, Г. Пак, Ф. Ла Росс, Д. Сміт-Шенк та ін. Також слід звернути увагу на роботи Н. Фалькенгайнер, С. Мерера і Т. Шлехтрімена (Falkenhauser et al., 2019) з аналізом процесів героїзації (теорії, методи, історії), М. А. Озтюрка

та Л. Канци (Öztürk & Kanca, 2022), що вивчили використання героїзму як методу переконання у Великій війні (на прикладі американських плакатів), М. Хюнюн (Hyunyoung, 2024) використав іконографічний аналіз Ервіна Панофскі, щоб розшифрувати кампанію набору в армію США 2021 року «Покликання», де аналіз передбачає рух від опису візуальних і наративних елементів (доіконографія) до дослідження символічних значень (іконографія) та інтерпретації основних суспільних установок (іконографія).

Потрібно зазначити і сучасні наукові розвідки українських дослідників. Так, Ю. Марційчук (2013) цікавлять процеси візуалізації в сучасній культурі. Д. Воронік (2016) аналізує образ козака Мамаю як важливий складник української культурної пам'яті та універсальний символ національної ідентичності. Цікавою є стаття Т. Храбан (2021), в якій вона осмислює архетипічні аспекти образу героя в сучасному українському неінституційному військовому дискурсі. Роботи Є. Павліченка (2023а, 2023b) присвячені конструюванню національної ідентичності в сучасній візуальній культурі України та проблемам національно-культурного змісту в об'єктах візуальної культури. О. Голобородько (2024а, 2024b) прагне дослідити процеси героїзації та аудіовізуальне конструювання героя в сучасній медіакulturі України.

■ Мета статті

Мета статті — дослідити вплив російсько-української війни на формування героїчного неоміфу та репрезентацію за допомогою візуальних практик образу героя, з яким сьогодні асоціюються процеси конструювання національної ідентичності.

■ Результати дослідження

Події Євромайдану та Революції гідності постали каталізатором націєтворення, коли основною домінантою ментальної ідентичності стала воля до свободи. Події 2014–2015 рр., пов'язані з анексією Криму, сепаратистськими рухами на Донбасі та оголошенням антитерористичної операції на Сході України (2014–2018), згодом Операції об'єднаних сил (2018–2022), помітно активізували націоналістичний патерн ідентичності, експлуатація якого супроводжувалася насамперед відродженням інтересу до тих історичних подій і персоналій, які тривалий час (як за радянських часів, так і під впливом проросійських політичних сил і партій) були заборонені в українській візуальній культурі, а якщо і час від часу репрезентувалися, то у «спотвореному» (відповідно до провладної ідеології) вигляді. Національний патерн ідентичності на перше місце висував національні символи та образи, особливо на територіях, де відчувався сильний вплив російської пропаганди. Так з'явилися пам'ятники козаку Мамаю (Краматорськ, 2015 р.; Кривий Ріг, скульптор В. Токар, 2016 р.) та документальні й історично-драматичні фільми про героїв УПА: «Хроніка Української повстанської армії 1942–1954» (режисер Т. Химич, 2014 р.), «Жива» (режисер Т. Химич, 2016 р.), «Червоний» (режисер З. Буадзе, за романом А. Кокотюхи, 2017 р.) та ін.

Приблизно тоді ж, в другій половині 2010-х рр., відбувається процес формування героїчного неоміфу за допомогою інструментарію аудіовізуальних

і візуальних практик. Зокрема, з'являється чимало документальних фільмів, як-от «На лінії вогню», «Край землі», «Дебальцеве», «Рейд. Сила нескорених», «Неоголошена війна. Щоденник», «Аеропорт», «Добровольці Божої чоти», «Переломний момент: війна за демократію в Україні» та ін., в яких героїзувалися бійці-добровольці та кадрові українські військові. З огляду на конструювання героїчного неоміфу важливо зазначити таку картину, як «Крим. Як це було» (режисер К. Кляцкін, 2016 р.), у якій захоплення півострова російськими військами показано очима реальних солдатів, офіцерів і матросів, що не зрадили свою присягу та національні інтереси. Особливо сильне враження це справляє, коли використовується «talking heads», тобто коли в кадрі говорить герой, що формує у глядача збірний образ українського військового та розкриває його мотивацію — захист дому, території та сім'ї (Підкуймуха, 2019, с. 636). Ну і як же не згадати блокбастер і військову драму «Кіборги. Герої не вмирають» (режисер А. Сеїтаблаєв, 2017 р.), присвячену десяти дням з оборони Донецького аеропорту, що тривала 242 дні. Аналізуючи фільм й особливості режисерського підходу, Ю. Ладигіна (2022) зазначає: «Творчий підхід до використання образу кіборга ефективно демонструє ґрунтовну гомогенізацію політичних поглядів і каталізацію національної єдності, які спричинила війна в Україні. Образ кіборга стає потужною метафорою, яка виходить за межі жорсткого поділу на чорне та біле, притаманного російському розумінню української суб'єктивності, і національних відповідей, які його імітують. Натомість фільм пропонує нову гібридну українську ідентичність, яка здатна подолати розділення, зумовлені такими відмінностями, як вік, етнічність, регіональна ідентичність, соціальне походження, мова спілкування, а також створити “неорганічні” коаліції, засновані на спільному почутті громадянського обов'язку та політичній орієнтації» (с. 124).

Як бачимо, візуальні та аудіовізуальні практики, зокрема кінематограф, є ефективним інструментом конструювання нової соціальної реальності та героїчної парадигми. Погоджуючись з експертами у тому, що художні та документальні фільми мають потужний візуальний складник і видовищний характер, завдяки чому здатні ефективно протидіяти російській пропаганді (йдеться про доповідь 2014 р. «Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України» (Національний інститут стратегічних досліджень України, 2014)), слід зазначити ще один не менш важливий аспект. Героїчна парадигма формується внаслідок двох взаємопов'язаних процесів — героїзації та дегероїзації, і так само як її основу складає концепт героя та його образ, важливу роль відіграє і образ та концепт антигероя як відображення процесів дегероїзації у конкретній національній мовній картині світу. В українській культурі воєнного періоду поряд з конструюванням націоналістичного патерну ідентифікації чітко викристалізовується тенденція до активізації проросійського патерну, що пов'язаний з мовним питанням і найбільш відчутно проявляється в екранних візуальних формах. Поряд зі згаданими «Кіборгами» тут показовим прикладом є екранізація роману С. Жадана «Ворошиловград» у фільмі «Дике поле» (режисер Я. Лодигін, 2018 р.), де українською говорять лише кілька героїв, а російською і суржиком більшість персонажів.

Утім візуальні практики не обмежуються лише кінематографом. Так, можна згадати мурали: «Заради свободи» — на жовто-блакитному тлі зображено солдата, який символізує всіх військових — захисників України (Д. Касянюк та М. Мотрук, вул. Ігорівська); на честь бійців «Азову» за мотивами перформансу футбольних фанатів (Протасів Яр, лютий 2023 р.); із зображенням Героя України Олександра Мацієвського та написом «Слава Україні! Героям Слава!» (Київ, вул. Банкова, художник К. Гуемі, квітень 2023 р.) (Верховна Рада України, 2023).

Також варто зазначити нові медіа та зовнішню соціальну рекламу, через які транслюються візуальні образи героїв. Так, у 2023 р. до Дня Незалежності за ініціативи Луцької міської ради в межах проєкту «Пам'ятаємо наших Героїв» на рекламних led-екранах розмістили фотографії та імена українських воїнів, які загинули на війні за період від 2014 р. і дотепер (*У Луцьку на бігбордах*, 2023). Загалом це досить поширена візуальна практика у багатьох українських містах, селищах і селах — розміщувати фото полеглих бійців, які родом з тих місць, з надписом «Наші герої». Важливим аспектом візуалізації процесу героїзації теж можна вважати колаборацію ЗСУ з медіа «The Ukrainians», фондом «Повернись живим» та компанією «BigMedia» наприкінці 2022 р., в межах якої ініційовано проєкт «Згуртовані». Його ціль — демонстрація сили та консолідації української нації. Фотографи Д. Павлов, В. Кузан та Р. Пашковський на світлинах зобразили на темному тлі військових у формі ЗСУ (І. Мавдрик — командир інженерно-саперної роти 93-ї окремої механізованої бригади, Є. Авдєєв — воїн 95-ї окремої десантно-штурмової бригади та О. Петриков — командир роти вогневої підтримки 30-ї окремої механізованої бригади), а поруч написи «Що мотивує мене битися далі попри все? Я б'юся за власний дім», «Служба — мій внесок у перемогу, і я стоятиму до кінця» та ін. (Пірун, 2022).

Цікаво антитеза «герой – антигерой» представлена у кітчевих рекламних відеороликах онлайн-казино Cosmolot — «Перемагають сильні духом», «Палімо вату разом з Cosmolot», «Cosmolot: Пригощаємо орків гранатами», «Пекельний двіж від Cosmolot (Рашистам — пекло)», героями яких є чорти. У них чорти, які традиційною уособлюють зло, представлені позитивними персонажами, що підтримують українців, і, відповідно, зустрічають росіян у пеклі. У рекламі «Перемагають сильні духом» демони приходять на допомогу в боротьбі з російською армією, тоді як окупанти показані в образі упирів, які символізують смерть, епідемії, зло, біду, стихійні лиха. Як зауважують О. Кравченко, Н. Манич і Н. Федотова, (2022) «з повномасштабним вторгненням РФ в Україну міфологічні персонажі постають як захисники від нових злих сил — російських окупантів. Навіть символ абсолютного зла — чорт — сприймається як позитивний персонаж, оскільки приймає окупантів у пекло. Традиційні для українського світогляду демонічні образи зображаються представниками своєї землі, які мають магічну силу й здатні захищати власну територію, українські культурні традиції від знищення» (с. 90).

Цікаво, що сучасна російсько-українська війна актуалізувала тяглість героїчних традицій, представлену у візуальних практиках аналогіями і зв'язком між козаками, воїнами УПА та ЗСУ, що трактуються як нащадки своїх славетних предків. Так, у 2023 р. відомий митець К. Ротань з нагоди свята Покрови Пре-

святої Богородиці, Дня захисників і захисниць України, Дня українського козацтва передав у диптиху ідею єдності поколінь захисників України. Як повідомляє «АрміяInform»: «Картини презентував український військовий волонтер Олександр Дєєв від БО “БФ “Захистити майбутнє”. На представленому диптиху в козацьких обладунках зображено Головнокомандувача ЗСУ Валерія Залужного і командувача Об’єднаних Сил ЗСУ Сергія Наєва» (Національна спілка журналістів України, 2023). Чи можна згадати авторську екскурсію «Від козаків до кіборгів», що відбулася 6 грудня 2017 р. в Обласному краєзнавчому музеї у Черкасах, або як ЗСУ та французький фотограф Емерик Луїсет (2023) відтворили картину І. Репіна «Запорожці пишуть листа турецькому султанові»: бійці 112-ї бригади територіальної оборони «пишуть листа, ймовірно, диктатору путіну, усім своїм виглядом показуючи зневагу до нього». І таких прикладів знайдеться чимало.

Відродження героїчних традицій минулого на сучасному етапі російсько-української війни зумовило операціоналізацію в межах візуальних практик образу козака Мамає, який, між іншим, «в публічному дискурсі трактується як символ традиційної візії національної ідентичності» (Воронік, 2016, с. 99). 14 жовтня 2022 р. в Національному музеї українського народного декоративного мистецтва до Дня українського козацтва презентовано виставку «Козак Мамає — душа правдива», де було представлено 20 творів із зображеннями Мамає, які виконані з різних матеріалів та в різних техніках авторства українських митців О. Машкевича, О. Міловзорова, П. Печорного, А. Пушкарьова, Є. Миронової та ін. (Катаєва, 2022). Образ козака Мамає дійсно активно використовують у різних візуальних практиках на підтримку ЗСУ. Так, наприклад, за умовами акції «#ВишийДляГероя» (за підтримки волонтерського об’єднання «Народний тил», благодійного фонду «Повернись живим» та виробника товарів для рукоділля «Повітруля») дизайнерка Л. Єрмілова за мотивами картини М. Домбровського розробила таку схему — з придбаного набору для вишивки «Козак Мамає» кошти адресуються на допомогу армії (#ВишийДля Героя, 2018).

Війна не лише актуалізувала новий національний дискурс, а й запустила механізм (пере)винайдення національних героїв. Тут можна згадати історико-драматичний фільм «Гетьман» (2015), історичну стрічку з елементами фентезі за мотивами казки С. Лірника «Про вдову Ганну Шулячку, Чорного Козака і страшне заляття» (2018), фільм-казку «Пекельна хоругва, або Різдво Козацьке» (2019) за мотивами твору С. Лірника «Про старого козака, різдяного чорта, чотири роги і козацький рід» (2019), історичну стрічку «Толока» (2020), історичний фільм-фентезі «Легенди чарівнолісся» (2021) та історичний детектив за мотивами роману І. Баранька «Максим Оса та золото Песиголовця» (2022). У фільмах «Король Данило» (режисер Т. Химич, 2018 р.) та «Довбуш» (режисер О. Санін, 2023 р.) помітне використання образів героїв у контексті естетики піднесеного, що формує героїчний афект, який емоційно пов’язує героїв на екрані з глядачами та нацією загалом. Те саме можна спостерігати на прикладі героїзації історичних постатей — воїнів ОУН та УПА, інтерес до яких також активізувався у зв’язку з російською агресією та пошуком своїх контргероїв. Актуальність мілітаристської маскулінності з огляду на реальні бойові дії тран-

сформувала модель українського героя-воїна, яка наразі сприймається вже не як абстрактний ідеал, а швидше як дієвий механізм перетворення звичайного українського чоловіка на воїна ЗСУ не за формальною ознакою. Це втілювалося в сильних візуальних образах на прикладі історичного бойовика «Червоний» (режисер З. Буадзе, 2017 р.), головний герой якого, воїн УПА Данило Червоний, потрапивши до ГУЛАГу в 1947 р., очолює повстання каторжан, або ще одного історичного фільму-екшну «Крути 1918» (режисер О. Шапарев, 2019 р.), представлено на платформі Netflix.

О. Голобородько (2024а, 2024b) пропонує умовну типологію героїв, які з'явилися з початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 р.: військові герої, цивільні герої, герої-волонтери та зооморфні герої, що втілені у візуальних та аудіовізуальних образах. Дійсно, поряд з військовими, про яких вже йшлося вище, можна виокремити і цивільних героїв, особливо, якщо згадати події Революції гідності, коли на Майдан вийшли звичайні люди, щоб відстоювати інтереси українського народу в боротьбі зі злочинним і проросійським режимом президента В. Януковича. Це такі імена, як С. Нігоян, У. Голоднюк, О. Бадера, Б. Ільків, В. Веремія та інші патріотичні українці, яких було підступно вбито снайперами і згодом героїзовано в медіапросторі як Небесна сотня. Так, у 2015 р. з'явився мурал на торці одного з будинків на Михайлівській вулиці, присвячений Сергію Нігояну. Також у цьому році «Пошта Майдану» випустила спеціальний блок, на якому, окрім фотографій С. Нігояна, М. Жизневського та Ю. Вербицького, були «кони революції» з вулиці Грушевського — Тарас Шевченко у захисній масці, Леся Українка у протигазі та Іван Франко в касці (автор Sociopath) (Лавренюк, 2015).

Серед зооморфних героїв у контексті російсько-української війни слід виокремити службових (пес Патрон) та домашніх (кіт Герич, кіт Сирський ін.) тварин. В українського пса-сапера Патрона навіть є свій офіційний сайт, а ще це перша собака в історії з титулом «Пес Доброї Волі» від UNICEF (Горлач, 2022). На цьому сайті представлено розділи: «Діяльність», «Фонд Патрона», «Визначні події», «Мерч» та «Колаборації», викладено мультсеріал «Пес Патрон» та ін. Він особливо популярний серед дітей, має сторінку в Instagram з більш ніж 400 тис. підписників, з'явився в анімаційному мультфільмі на YouTube та має численні нагороди, включаючи «PalmDogManitarian» на Каннському кінофестивалі. Зокрема, Т. Кузнецова та А. Подолян (2023) зауважують, що «образ Патрона виявився потужним інструментом, який поширює на весь світ основні меседжі про стійкість і людяність українців, популяризує етику турботи, підтримку волонтерських ініціатив, підвищує обізнаність населення про важливість мінної безпеки. Крім того, він став потужним джерелом психологічної підтримки українців, які переживають складні часи в умовах повномасштабної війни» (с. 192). Трохи менш популярним виявився кіт Сирський, що відомий завдяки колишньому волонтеру та чинному військовослужбовцю Роману Синіцину, фото та меми з яким заповнили інтернет-простір. До речі, завдяки його популярності було зібрано € 147 тис. на комплекти БПЛА Mini Shark для коригування артилерії, а ще його фото з'явилось у соціальних мережах проекту «Дія» як ілюстрація для майбутнього реєстру домашніх тварин (Смукот, 2023).

Висновки

Отже, семантика образу героя активно трансформується залежно від інтерпретаційних домінант у сучасному культурному просторі. В умовах російсько-української війни, символічної еклектики, посилення ролі «медійно-візуальної мови» та медійного розмивання традиційних уявлень про героїчне можна спостерігати, що наразі в Україні відбувається відхід від романтизовано-ідеалізованої героїзації минулого та формування нового героїчного неоміфу, що підсилений національно-культурною інтерпретацією героїчного в медіапросторі країни. Якщо говорити про культурологічне осмислення цієї проблеми, то увага творців візуальних практик більше концентрується не на культурних героях, а на харизматичних реальних людях, які не просто вписуються у героїчні наративи сучасної української культури, а і є їхніми співтворцями, як свого часу були козаки, бійці ОУН–УПА тощо. Візуалізація героїчних образів з використанням різних засобів (мурали, світлини, малюнки, меми, фільми, реклама тощо) чітко підкреслює, що на вершині нового пантеону українських героїв знаходяться ЗСУ, воїни-захисники, які є нащадками своїх славетних предків часів Київської Русі, Козаччини та Української революції 1917–1921-х рр. Водночас візуалізація героїв часів російсько-української війни виявляє та репрезентує контрверзу «герой – антигерой»: потужною метафорою та сильним образом українського героя є образ Кіборга, з яким у російській свідомості асоціюється українська суб'єктність і національна відповідь «руському миру», тоді як антигероєм постає російський військовий, який творить зло і безчинства в Бучі, Ізюмі, Маріуполі та інших українських містах. Актуальність мілітаристської маскулінності з огляду на реальні бойові дії трансформувала модель українського героя-воїна, яка наразі сприймається вже не як абстрактний ідеал, а швидше як дієвий механізм перетворення звичайного українського чоловіка на воїна ЗСУ не за формальною ознакою. Окремим перспективним напрямом подальших досліджень є типологія героїв, які з'явилися з початком повномасштабного вторгнення Росії 24 лютого 2022 р. (військові герої, цивільні герої, герої-волонтери та зооморфні герої), та їхні репрезентації у сучасній візуальній культурі.

Список посилань

- Ведернікова, І. (2024, 15 липня). *Війна чи мир. Українці хочуть повернути кордони 1991 року, але чіми руками?* ZN.UA. <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/vijna-chi-mir-ukrajintsi-khochut-povernuti-kordoni-1991-roku-ale-chijimi-rukami-rezultati-sotsiolohichnohodoslidzhennja.html>
- Верховна Рада України. (2023, 29 квітня). *У центрі столиці з'явився мурал із написом «Слава Україні. Героям Слава»*. <https://www.rada.gov.ua/news/Top-novyna/235843.html>
- #ВишийДля Героя: допоможіть зберегти життя українським воїнам. (2018, 13 листопада). *Українська правда*. <https://life.pravda.com.ua/society/2018/11/13/234152/>
- Воронік, Д. (2016). У пошуках універсального символу національної ідентичності: образ Козака Мамає в українській культурній пам'яті початку XXI ст. *Культура і сучасність*, 2, 96–100.

- Голобородько, О. О. (2024а). Аудіовізуальне конструювання героя в сучасних медіа. In *ЛОГОС: Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences* [Conference proceedings] (pp. 554–556). P.C. Publishing House. <https://doi.org/10.36074/logos-29.03.2024.118>
- Голобородько, О. О. (2024b). Героїзація як феномен сучасної медіакультури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 1, 126–131. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302044>
- Горлач, П. (2022, 21 листопада). *Патрон отримав титул першого у світі «Пса Доброї Волі» від ЮНІСЕФ*. Суспільне Культура. <https://susplilne.media/culture/321484-patron-otrimav-titul-persogo-u-sviti-psa-dobroi-voli-vid-unisef/>
- Луїсет, Е. (2023, 23 вересня). *ЗСУ відтворили картину «Запорожці пишуть листа турецькому султанові»*. Maximum. https://maximum.fm/zsu-vidtvorili-kartinu-zaporozhci-pishut-lista-tureckomu-sultanovi-foto_n211346
- Катаєва, М. (2022, 6 жовтня). Козака Мамаю у мистецтві покажуть у столиці. *Вечірній Київ*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/72338/>
- Кравченко, О., Манич, Н., & Федотова, Н. (2022). Демонічні образи в сучасній українській рекламі. *Образ*, 3(40), 84–93. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3\(40\)-84-93](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-84-93)
- Кремень, В. Г., & Ільїн, В. В. (2020). Презентація візуальної грамотності в освітньому процесі та її експлікація в культурі мислення. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 75(1), 1–13.
- Кузнецова, Т. В., & Подолян, А. В. (2023). «Хто тримає цей район? – пес Патрон!», або як візуальні образи поширюють стратегічні наративи України під час війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 34(73), 6, 186–193. http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/6_2023/33.pdf
- Лавренюк, С. (2015, 22 січня). Пам'ятаймо! Перші Герої Небесної Сотні. *Голос України*. <http://www.golos.com.ua/article/2417>
- Ладигіна, Ю. В. (2022). Кіборги проти ватників: гібридність, вепонізація інформації та медіатизована реальність усучасних українських фільмах про війну. *East/West: Journal of Ukrainian Studies*, 9(1), 105–142. <https://doi.org/10.21226/ewjus588>
- Марційчук, Ю. І. (2013). Процеси візуалізації в культурі: сучасний дослідницький контекст. *Культура України*, 41, 29–36.
- Національна спілка журналістів України. (2023, 3 жовтня). *Українські воєначальники постали на картині в образі козаків*. <https://nsju.org/novini/ukrayinski-voenachalnyku-postaly-na-kartynah-v-obrazi-kozakiv/>
- Національний інститут стратегічних досліджень. (2014, 11 березня). *Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України (за результатами подій 1-2 березня 2014 року)*. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/schodo-informaciyno-psikhologichnoi-skladovoi-agresii>
- Павліченко, Є. О. (2023а). Національно-культурний зміст в об'єктах візуальної культури: символіка кольору сучасних патріотичних муралів. *Культура і сучасність*, 2, 33–38. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2023.293741>
- Павліченко, Є. О. (2023b). Особливості конструювання національної ідентичності в сучасній візуальній культурі України. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 47, 80–84. <https://doi.org/10.35619/ucpmpk.v47i.726>

- Підкуймуха, Л. (2019). Образ «друга»/«ворога» в сучасній українській військовій документалістиці. В *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ* [Матеріали конференції] (с. 633–643). Open Publishing LMU. <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/21324>
- Пірун, В. (2022, 31 грудня). *В Україні запустили кампанію соціальної реклами «Згуртовані» з військовими та ветеранами*. LB.ua. https://lb.ua/society/2022/12/31/540999_ukraini_zapustili_kampaniyu.html
- Смуток, Б. (2023, 10 листопада). Нова зірка соцмереж. Як кіт Сирський став популярним та «засвітився» в «Дії». *Chas.News*. <https://chas.news/news/nova-zirka-sotsmerezhyak-kiit-sirskii-stav-populyarnim-ta-zasvitivsya-v-dii-foto>
- У Луцьку на бігбордах розмістили світлини загиблих Героїв*. (2023, 24 серпня). Волинь Post. <https://www.volynpost.com/news/226722-ulucku-na-bigbordah-rozmistily-svitlyny-zagybylyh-geroiv-foto>
- Фещенко, Р. (2022, 9 червня). *Високий рівень національної стійкості. Соціолог Головаха – про те, якими стали українці за час війни й головну їхню відмінність від росіян*. NV. <https://life.nv.ua/ukr/socium/chim-vidriznyayutsya-rosiyani-ta-ukrajinci-sociolog-pro-teshcho-viyavila-viyna-novini-ukrajini-50248594.html>
- Храбан, Т. (2021). Архетипічні аспекти образу героя в сучасному українському неінституційному військовому дискурсі. *Соціальні комунікації: теорія і практика*, 12(1), 83–97. <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-2>
- Berger, M. (2022, March 10). A majority of Ukrainians support armed resistance and oppose concessions to Russia, poll finds. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/world/2022/03/10/ukraine-poll-majority-ukrainians-support-armed-resistance-oppose-concessions-russia-new-poll-finds/>
- Falkenhayner, N., Meurer, S., & Schlechtriemen, T. (Eds.). (2019). Editorial: Analyzing Processes of Heroization. Theories, Methods, Histories. *helden. heroes. héros*, 5, 5–9. <https://www.sfb948.uni-freiburg.de/en/publications/ejournal/editions/specialissue/5/editorial.html?page=1>
- Hyunyoung, M. (2024). Beyond the call of duty: Reimagining military service through hero narratives in the US Army's 'The Calling' campaign. *Journal of Military Studies*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.2478/jms-2024-0002>
- Öztürk, M. A., & Kanca, L. (2022). Examining the Use of Heroism as a Method of Persuasion in the Great War Propaganda-The Case of United States of America Posters. *ART/icle: Journal of Art and Design*, 2(2), 87–109. <https://doi.org/10.56590/stdarticle.1202551>

References

- Berger, M. (2022, March 10). *A majority of Ukrainians support armed resistance and oppose concessions to Russia, poll finds*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/world/2022/03/10/ukraine-poll-majority-ukrainians-support-armed-resistance-oppose-concessions-russia-new-poll-finds/>
- Falkenhayner, N., Meurer, S., & Schlechtriemen, T. (Eds.). (2019). Editorial: Analyzing Processes of Heroization. Theories, Methods, Histories. *helden. heroes. héros*, 5, 5–9. <https://www.sfb948.uni-freiburg.de/en/publications/ejournal/editions/specialissue/5/editorial.html?page=1> [in English].

- Feshchenko, R. (2022, June 9). *Vysokyi riven natsionalnoi stiikosti. Sotsioloh Holovakha - pro te, yakymy staly ukraintsi za chas viiny y holovnu yikhniu vidminnist vid rosiian* [High level of national resilience. Sociologist Golovakha on how Ukrainians have become during the war and their main difference from Russians]. NV. <https://life.nv.ua/ukr/socium/chim-vidriznyayutsya-rosiyani-ta-ukrajinci-sociolog-pro-teshcho-viyavilaviyana-novini-ukrajini-50248594.html> [in Ukrainian].
- Holoborodko, O. O. (2024a). Audiovizualne konstruiuvannia heroia v suchasnykh media [Audiovisual construction of the hero in modern media]. In *ΛΟΓΟΣ: Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences* [Conference proceedings] (pp. 554–556). P.C. Publishing House. <https://doi.org/10.36074/logos-29.03.2024.118> [in Ukrainian].
- Holoborodko, O. O. (2024b). Heroizatsiia yak fenomen suchasnoi mediakultury [Heroization as a phenomenon of modern media culture]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 1, 126–131. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302044> [in Ukrainian].
- Horlach, P. (2022, November 21). *Patron otrymav tytul pershoho u sviti "Psa Dobroi Voli" vid YuNISEF* [Patron received the title of the world's first "Goodwill Dog" from UNICEF]. *Suspilne Kultura*. <https://suspilne.media/culture/321484-patron-otrimav-titul-persogou-sviti-psa-dobroi-voli-vid-unisef/> [in Ukrainian].
- Hyunyoung, M. (2024). Beyond the call of duty: Reimagining military service through hero narratives in the US Army's 'The Calling' campaign. *Journal of Military Studies*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.2478/jms-2024-0002> [in English].
- Kataieva, M. (2022, October 6). *Kozaka Mamaia u mystetstvi pokazhut u stolytsi* [Cossack Mamai in art will be shown in the capital]. *Vechirniy Kyiv*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/72338/> [in Ukrainian].
- Khraban, T. (2021). Arkhetypichni aspekty obrazu heroia v suchasnomu ukrainskomu neinstytutsiinomu viiskovomu dyskursi [Archetypical aspects of the hero's image in the contemporary ukrainian non-institutional military discourse]. *Social Communications: Theory and Practice*, 12(1), 83–97. <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-2> [in Ukrainian].
- Kravchenko, O., Manych, N., & Fiedotova, N. (2022). Demonichni obrazy v suchasni ukrainskii reklamii [Demonic images in modern ukrainian advertising]. *Obraz*, 3(40), 84–93. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3\(40\)-84-93](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-84-93) [in Ukrainian].
- Kremen, V. H., & Ilin, V. V. (2020). Prezentatsiia vizualnoi hramotnosti v osvithomu protsesi ta yii eksplikatsiia v kulturi myslennia [Presentation of visual literacy in the educational process and its explication in the culture of thinking]. *Information Technologies and Learning Tools*, 75(1), 1–13 [in Ukrainian].
- Kuznietsova, T. V., & Podolian, A. V. (2023). "Khto trymaie tsei raion? – pes Patron!", abo yak vizualni obrazy poshyriuiut stratehichni naratyvy Ukrainy pid chas viiny ["Who guards this neighbourhood? – Patron the dog!": how visual imagery spreads Ukraine's strategic narratives during the war]. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philology. Journalism*, 34(73), 6, 186–193. http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/6_2023/33.pdf [in Ukrainian].
- Ladyhina, Yu. V. (2022). Kiborhy proty vatnykiv: hibrydnist, veponizatsiia informatsii ta mediatyzovana realnist usuchasnykh ukrainskykh filmakh pro viinu [Cyborgs vs.

- Vatniks: Hybridity, Weaponized Information, and Mediatized Reality in Recent Ukrainian War Films]. *East/West: Journal of Ukrainian Studies*, 9(1), 105–142. <https://doi.org/10.21226/ewjus588> [in Ukrainian].
- Lavreniuk, S. (2015, January 22). Pamiataimo! Pershi Heroi Nebesnoi Sotni [Let us remember! The first Heroes of the Heavenly Hundred]. *Holos Ukrainy*. <http://www.golos.com.ua/article/2417> [in Ukrainian].
- Lhuisset, E. (2023, September 23). *ZSU vidtvoryly kartynu "Zaporozhtsi pyshut lysta tureckomu sultanovi"* [The Armed Forces of Ukraine recreated the painting "Cossacks Write a Letter to the Turkish Sultan"]. Maximum. https://maximum.fm/zsu-vidtvorili-kartynu-zaporozhchi-pishut-lista-tureckomu-sultanovi-foto_n211346 [in Ukrainian].
- Martiichuk, Yu. I. (2013). Protsey vizualizatsii v kulturi: suchasnyi doslidnytskyi kontekst [Processes of visualization in culture: modern research context]. *Culture of Ukraine*, 41, 29–36 [in Ukrainian].
- National Institute for Strategic Studies. (2014, March 11). *Shchodo informatsiino-psychologichnoi skladovoi ahresii Rosiiskoi Federatsii proty Ukrainy (za rezultaty podii 1-2 bereznia 2014 roku)* [On the information and psychological component of the Russian Federation's aggression against Ukraine (based on the events of March 1-2, 2014)]. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/schodo-informaciyno-psichologichnoi-skladovoi-ahresii> [in Ukrainian].
- National Union of Journalists of Ukraine. (2023, October 3). *Ukrainski voienachalnyky postaly na kartyni v obrazi kozakiv* [Ukrainian military leaders appeared in the picture as Cossacks]. <https://nsju.org/novini/ukrayinski-voienachalnyky-postaly-na-kartynah-v-obrazi-kozakiv/> [in Ukrainian].
- Öztürk, M. A., & Kanca, L. (2022). Examining the Use of Heroism as a Method of Persuasion in the Great War Propaganda-The Case of United States of America Posters. *ART/icle: Journal of Art and Design*, 2(2), 87–109. <https://doi.org/10.56590/stdarticle.1202551> [in English].
- Pavlichenko, Ye. O. (2023a). Natsionalno-kulturnyi zmist v ob'iektakh vizualnoi kultury: symbolika koloru suchasnykh patriotychnykh muraliv [National and Cultural Content in Visual Culture Objects: Colour Symbolism of Modern Patriotic Murals]. *Culture and contemporaneity*, 2, 33–38. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2023.293741> [in Ukrainian].
- Pavlichenko, Ye. O. (2023b). Osoblyvosti konstruiuvannia natsionalnoi identychnosti v suchasni vizualni kulturi Ukrainy [Features of constructed national identity in modern visual culture of Ukraine]. *Ukrainian Culture: The Past, Modern, Ways of Development*, 47, 80–84. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.726> [in Ukrainian].
- Pidkuimukha, L. (2019). Obraz "druha"/"voroha" v suchasni ukrainskii voieni dokumentalistytsi [The image of "Friend" and "Enemy" in the modern ukrainian military documentaries]. In *Dialoh mov - dialoh kultur. Ukraina i svit* [Dialog der Sprachen - Dialog der Kulturen : die Ukraine aus globaler Sicht] [Conference proceedings] (pp. 633–643). Open Publishing LMU. <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/21324> [in Ukrainian].
- Pirun, V. (2022, December 31). *V Ukraini zapustyly kampaniiu sotsialnoi reklamy "Zghurtovani" z viiskovymy ta veteranamy* [Ukraine launched a social advertising campaign "United" with the military and veterans]. LB.ua. https://lb.ua/society/2022/12/31/540999_ukraini_zapustili_kampaniyu.html [in Ukrainian].

- Smutok, B. (2023, November 10). *Nova zirka sotsmerezkh. Yak kit Syrskiyi stav populiarnym ta "zasvityvsia" v "Dii"* [The new star of social networks. How Syrsky the cat became popular and "lit up" in Diya]. Chas.News. <https://chas.news/news/nova-zirka-sotsmerezkh-yak-kit-sirskii-stav-populyarnim-ta-zasvitivysya-v-dii-foto> [in Ukrainian].
- U Lutsku na bihbordakh rozmistyli svitlyny zahyblykh Heroiv* [In Lutsk, pictures of fallen Heroes were placed on big boards]. (2023, August 24). Volyn Post. <https://www.volynpost.com/news/226722-ulucku-na-bigbordah-rozmistyli-svitlyny-zagyblyh-geroiv-foto> [in Ukrainian].
- Vedernikova, I. (2024, July 15). *Viina chy myr. Ukraintsi khochut povernuty kordony 1991 roku, ale chymy rukamy?* [War or peace. Ukrainians want to return the borders of 1991, but with whose hands?] ZN.UA. <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/vijna-chi-mir-ukrajintsi-khochut-povernuti-kordoni-1991-roku-ale-chijimi-rukami-rezultati-sotsiolohichnoho-doslidzhennja.html> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2023, April 29). *U tsentri stolytsi znavyvsia mural iz napysom "Slava Ukraini. Heroiam Slava"* [A mural with the inscription "Glory to Ukraine. Glory to the Heroes"]. <https://www.rada.gov.ua/news/Top-novyna/235843.html> [in Ukrainian].
- Voronik, D. (2016). U poshukakh universalnogo symbolu natsionalnoi identychnosti: obraz Kozaka Mamaia v ukrainskii kulturnii pamiaty pochatku XXI st. [Searching for the universal symbol of national identity: the image of Cossack Mamay in the Ukrainian cultural memory in the early XXI the century]. *Culture and contemporaneity*, 2, 96–100 [in Ukrainian].
- #VyshyiDlia Heroia: dopomozhit zberehty zhyttia ukrainskym voynom* [#HigherForHero: help save the lives of Ukrainian soldiers]. (2018, November 13). Ukrainska pravda. <https://life.ppravda.com.ua/society/2018/11/13/234152/> [in Ukrainian].

TRANSFORMATION OF THE HERO IMAGE IN VISUAL PRACTICES IN THE UKRAINIAN CULTURE UNDER THE INFLUENCE OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Alyona Tymoshenko

PhD Student,

Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Kyiv, Ukraine

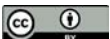
ORCID ID: 0009-0003-1501-9476

e-mail: tymoshenkoalyona@gmail.com

The aim of the article is to study the influence of the russian-Ukrainian war on the formation of heroic neomyth and representation with the help of visual practices of a hero image with which the processes of constructing national identity associate today. *Results*. In conditions of the russian-Ukrainian war, symbolic eclecticism, the increasing role of the "media-visual language" and the media blurring of traditional ideas about heroic issues, it can be noticed, that now in Ukraine there is a rejection of heroisation of the past and the formation of a new heroic neomyth which is reinforced by the national and cultural interpretation of heroic in the

country media space, and is constructed on the basis of real heroic deeds, mostly of the Ukrainian military. *Scientific novelty* of the obtained results grounds on the fact that for the first time peculiarities of visualisation of modern heroes in the context of the russian-Ukrainian war are revealed. *Conclusions.* It is emphasised that the culturological understanding of this issue predicts that the attention of visual practices creators concentrate more not on cultural heroes but on charismatic real people who do not simply fit into the heroic narratives of modern Ukrainian culture, but they are their own co-creators like were the Cossacks, OUN-UPA fighters, et al. Visualisation of the heroic images with using different means (murals, photos, drawings, memes, movies, advertisements, etc.) clearly underline that on the top of the new pantheon of Ukrainian heroes are the Armed Forces of Ukraine, soldiers-defenders who are descendants of the glorious ancestors of the Kyiv Rus times, the Cossacks times and the Ukrainian Revolution of 1917–1921. It is grounded that visualisation of the heroic at the current stage of the russian-Ukrainian war reveals and represents the contradiction of “hero – anti-hero”: a powerful metaphor and a strong image of the Ukrainian hero is the image of Cyborg, while the anti-hero is the russian soldier, who commits evil and outrages in Bucha, Izium, Mariupol and other cities of Ukraine.

■ **Keywords:** hero image; heroisation; russian-Ukrainian war; visual practices; visualisation; national identity; “hero – anti-hero”



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
Issue 44

Науковий журнал
Scientific Journal

Відповідальний за випуск / Responsible for the issue
Валерій Кушнарьов / Valerii Kushnarov

Літературний редактор / Literary editor
Анна Рибка / Anna Rybka
Антоніна Гурбанська / Antonina Hurbanska

Бібліографічний редактор / Bibliographic editor
Алла Чернявська / Alla Cherniavska

Редактор-перекладач англійського тексту / English text editor
Світлана Гурбанська / Svitlana Hurbanska

Редактор із комунікацій / Communications editor
Алла Мальшакова / Alla Malshakova

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 book layout
Оксана Бережна / Oksana Berezhna

Підписано до друку: 26.12.2024. Формат 70x100/16.
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Arial, DejaVu Serif, Roboto.
Ум. др. арк. 15,76. Обл.-вид. арк. 14,27.
Наклад 300 примірників.
Замовлення № 5320

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